

Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja • Yritykset • 2021:5

Selvitys ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttöä ja matkustuskäyttäytymistä tarkastelevasta tutkimusasetelmasta



Työ- ja elinkeinoministeriö
Arbets- och näringsministeriet

Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 2021:5

Selvitys ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttöä ja matkustuskäyttäytymistä tarkastelevasta tutkimusasetelmasta

Katja Koskela, Susanna Harvio, Tuuli Rantala, Riina Isola, Sanja Vujicic
ja Tuomas Santasalo, WSP Finland Oy

Työ- ja elinkeinoministeriö

ISBN PDF: 978-952-327-709-0

© 2021 tekijät ja työ- ja elinkeinoministeriö

Taitto: Valtioneuvoston hallintoyksikkö, Julkaisutuotanto

Helsinki 2021

Kuvailulehti

Julkaisija	Työ- ja elinkeinoministeriö		1.2.2021
Tekijät	Katja Koskela, Susanna Harvio, Tuuli Rantala, Riina Isola, Sanja Vujicic ja Tuomas Santasalo, WSP Finland Oy		
Julkaisun nimi	Selvitys ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttöä ja matkustuskäyttäytymistä tarkastelevasta tutkimusasetelmasta		
Julkaisusarjan nimi ja numero	Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 2021:5		
Diaari/hankenumero		Teema	Yritykset
ISBN PDF	978-952-327-709-0	ISSN PDF	1797-3562
URN-osoite	http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-709-0		
Sivumäärä	72	Kieli	suomi
Asiasanat	matkailu, ulkomainen matkailija, rahankäyttö, matkustuskäyttäytyminen, matkailukysyntä, matkailutilastot, tutkimusasetelma		
Tiivistelmä <p>Suomessa on seurattu ulkomaisten matkailijoiden rahankäytön ja matkustuskäyttäytymisen kehitystä parin vuoden katkosta lukuun ottamatta vuodesta 1998. Raportissa kuvataan, miten tutkimusasetelmaa olisi jatkossa suositeltava kehittää. Raportti on luonteeltaan esiselvitys, joka toteutettiin sidosryhmäkartoituksen ja kahden asiantuntijatyöpajan kautta sekä tutustumalla kansainvälisiin käytäntöihin.</p> <p>Matkailijoiden rahankäytöstä ja matkustuskäyttäytymisestä tarvitaan luotettavaa ja ajantasaista tietoa elinkeinon ja poliittisen päätöksenteon tueksi. Tietoa tarvitaan matkailumarkkinoinnin kohdentamiseen, matkailupalveluiden kehittämiseen sekä strategioiden laadintaan ja arviointiin. Lisäksi tietoa tarvitaan matkailun taloudellisen merkityksen arviointiin. Tietoja hyödyntävät mm. matkailun alueorganisaatiot, matkailuyritykset, Visit Finland, Tilastokeskus, kunnat ja ministeriöt.</p> <p>Merkittävimmät tiedontarpeet koskevat matkailijamääriä, matkan kestoa, matkakohteita sekä rahankäyttöä. Haastattelut ovat tällä hetkellä käyttökelpoisin tiedonkeruutapa. Tarve on kuitenkin luoda erilaisista tiedonkeruutavoista ja tietolähteistä yhdistelmäratkaisu tarkemmalle tiedontuotannolle, kerätä tieto yhdenmukaisena ja vertailukelpoisena sekä varmistaa tiedon saatavuus yhdeltä digitaaliselta alustalta. Tulosten mukaan kansallisen tason tiedon tuotanto olisi suositeltavaa olla julkisen kansallisen toimijan rahoittamaa.</p> <p>Työ- ja elinkeinoministeriön yhdyshenkilö: johtava asiantuntija Sanna Kyyrä, puh. 050 358 9497, Innovaatiot ja yritysrahoitus -osasto.</p>			
Kustantaja	Työ- ja elinkeinoministeriö		
Julkaisun jakaja/myynti	Sähköinen versio: julkaisut.valtioneuvosto.fi Julkaisumyynti: julkaisutilaukset.valtioneuvosto.fi		

Presentationsblad

Utgivare	Arbets- och näringsministeriet		1.2.2021
Författare	Katja Koskela, Susanna Harvio, Tuuli Rantala, Riina Isola, Sanja Vujicic och Tuomas Santasalo, WSP Finland Ab		
Publikationens titel	Utredning om forskningsupplägget i fråga om utländska turisters penninganvändning och resebeteende		
Publikationsseriens namn och nummer	Arbets- och näringsministeriets publikationer 2021:5		
Diarie-/ projektnummer		Tema	Företag
ISBN PDF	978-952-327-709-0	ISSN PDF	1797-3562
URN-adress	http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-709-0		
Sidantal	72	Språk	finska
Nyckelord	näringar, företag, turism, turistföretag, turister, penninghantering, konsumentbeteende		
Referat <p>I Finland har man sedan 1998, med ett uppehåll på ett par år, följt upp utvecklingen i fråga om utländska turisters penninganvändning och resebeteende. I denna rapport läggs det fram rekommendationer för fortsatt utveckling av forskningsupplägget. Rapporten är en preliminär utredning som har gjorts utifrån en kartläggning av intressegrupper och två expertworkshoppar. Dessutom har författarna bekantat sig med internationell praxis.</p> <p>Näringslivet och de politiska beslutsfattarna behöver tillförlitlig och aktuell information om turisters penninganvändning och resebeteende. Informationen behövs för inriktning av turismmarknadsföringen, utveckling av turisttjänsterna samt utarbetande och utvärdering av strategier. Dessutom behövs informationen för att bedöma turismens ekonomiska betydelse. Informationen utnyttjas bland annat av regionala organisationer inom turistnäringen, turistföretag, Visit Finland, Statistikcentralen, kommunerna och ministerierna.</p> <p>De viktigaste informationsbehoven gäller antalet turister, resornas längd, resmål och penninganvändning. Intervjuer är för närvarande det mest användbara sättet att samla in information. Det finns dock behov att kombinera olika informationskällor och olika sätt att samla in information i syfte att göra informationsproduktionen mer exakt. Dessutom finns det behov att samla in enhetlig och jämförbar information och säkerställa tillgången till information på en digital plattform. På basis av resultaten av utredningen rekommenderas det att informationsproduktionen på nationell nivå finansieras av en offentlig nationell aktör.</p> <p>Kontaktperson vid arbets- och näringsministeriet: Sanna Kyyrä, ledande sakkunnig, tfn 050 358 9497, avdelningen för innovationer och företagsfinansiering</p>			
Förläggare	Arbets- och näringsministeriet		
Distribution/ beställningar	Elektronisk version: julkaisut.valtioneuvosto.fi Beställningar: julkaisutilaukset.valtioneuvosto.fi		

Description sheet

Published by	Ministry of Economic Affairs and Employment		1.2.2021
Authors	Katja Koskela, Susanna Harvio, Tuuli Rantala, Riina Isola, Sanja Vujicic and Tuomas Santasalo, WSP Finland Oy		
Title of publication	Report on the research design examining the spending and travel behaviour of foreign tourists		
Series and publication number	Publications of the Ministry of Economic Affairs and Employment 2021:5		
Register number		Subject	Enterprises
ISBN PDF	978-952-327-709-0	ISSN PDF	1797-3562
Website address (URN)	http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-709-0		
Pages	72	Language	Finnish
Keywords	Livelihoods, companies, tourism, tourism companies, tourists, spending, consumer behaviour		
Abstract <p>Finnish researchers have monitored the development of spending by foreign tourists and their travel behaviour from 1998, with the exception of an interruption lasting two years. The report describes how the research design could best be developed in the future. The report is a preliminary study carried out in the form of a stakeholder survey and two expert workshops and by exploring international practices.</p> <p>Reliable and up-to-date information on spending by tourists and their travel behaviour is needed to support the industry and political decision-making. The information is needed to allow for the better targeting of tourism marketing, for the development of tourism services and the preparation and evaluation of strategies. In addition, the information is needed to assess the economic significance of tourism. The information is utilised by regional tourism organisations, tourism companies, Visit Finland, Statistics Finland, municipalities and ministries.</p> <p>The most important information needs include the number of tourists, the duration of their visit, their destinations and their spending. Interviews are currently the most effective data collection method. Nonetheless, there is a need to create a combination of different data collection methods and data sources for more accurate data production, to collect data in a consistent and comparable manner, and to ensure the availability of data on a single digital platform. Based on the results, it would be advisable for the production of national information to be funded by a national public operator.</p> <p>Contact person at the Ministry of Economic Affairs and Employment Sanna Kyyrä, Chief Specialist, tel. +358 50 358 9497, Department of Innovations and Enterprise Financing</p>			
Publisher	Ministry of Economic Affairs and Employment		
Distributed by/ publication sales	Electronic version: julkaisut.valtioneuvosto.fi Publication sales: julkaisutilaukset.valtioneuvosto.fi		

Sisältö

LUKIJALLE	8
1 Johdanto	10
1.1 Työn tavoitteet ja prosessi.....	12
1.2 Menetelmät.....	14
Haastattelut	15
Työpajat	15
Minikysely	15
Benchmarking	15
Ryhmäkeskustelu	16
2 Ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttöön ja matkustuskäyttämiseen liittyvät tietotarpeet	17
2.1 Tietojen sisältö.....	17
2.2 Tietojen käyttö.....	21
2.3 Tietojen julkaisu	23
2.4 Rahoitus.....	24
3 Vaihtoehtoja tiedonkeruuseen ja analysointiin	26
3.1 Kansainvälisiä käytäntöjä.....	26
3.1.1 Ruotsi	27
3.1.2 Tanska	28
3.1.3 Norja	30
3.1.4 Islanti	31
3.1.5 Iso-Britannia.....	32
3.1.6 Uusi-Seelanti.....	33
3.2 Vaihtoehtoiset tiedonkeruutavat ja tietolähteet	35
3.2.1 Haastattelut	36
3.2.2 Kyselyt	37
3.2.3 Mobiilidata.....	38
3.2.4 Maksukorttidata	38
3.2.5 Yritystiedot	39
3.2.6 Kulutustutkimusten tietokannat	40

4	Johtopäätökset	42
5	Suositukset	46
5.1	Mitä tietoa tulisi kerätä?	48
5.2	Mitä tiedonkeruutapoja ja tietolähteitä tulisi käyttää?	50
5.3	Miten tietoja tulisi julkaista?	52
5.4	Millainen toimintamalli sopisi tekemisen taustalle?	54
	Lähteet.....	71

LUKIJALLE

Matkailun kokonaiskysyntä vuonna 2019 oli arviolta 16,1 miljardia euroa ja ennen koronapandemiaa tehdyn arvion mukaan matkailun kokonaiskysynnällä oli mahdollisuuksia kasvaa jopa 20 miljardiin euroon vuoteen 2028 mennessä. Ennen pandemiaa matkailun kokonaiskysynnästä noin 30 prosenttia eli 5 miljardia euroa muodostui matkailuviennistä, ts. ulkomaisten matkailijoiden rahankäytöstä Suomessa. Vuonna 2019 matkailun osuuden Suomen palveluviennistä arvioidaan olleen noin 16 prosenttia.

Suomen matkailustrategian keskeinen tavoite on lähes tuplata vuoden 2017 matkailuviennin määrä (4,6 mrd. euroa) vuoteen 2028 mennessä. Tavoitteena on kasvattaa summa 8 miljardiin euroon. Työ- ja elinkeinoministeriössä uskomme, että matkailun kestävää kasvua ja uudistumista voidaan edistää panostamalla matkailijoiden rahankäytön kasvuun matkailijamäärän kasvun sijaan.

Ulkomaisia matkailijoita koskevan tutkimuksen tavoitteena on vahvistaa ymmärrystämme, miten ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttöä Suomessa voidaan kasvattaa. Luotettava ja ajantasainen tieto matkailijoiden rahankäytöstä ja matkustuskäyttäytymisestä luo pohjan poliittiselle ja matkailualan päätöksenteolle.

Suomen matkailustrategiaan vuosille 2019–2028 on kirjattu toimenpiteenä selvittää ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttöä ja matkustuskäyttäytymistä Suomessa. WSP Finland Oy:n tekemä selvitys on osa toimenpiteen toteutusta. Nykyinen tutkimusasetelma Suomessa on pääpiirteittäin yhä edelleen toimiva, mutta vaatii jatkossa kehittämistä ja täydentämistä.

Selvitys on toteutettu syksyn ja talven 2020 aikana työ- ja elinkeinoministeriön johdolla ja yhteistyössä ohjausryhmään kutsuttujen asiantuntijoiden ja muiden keskeisten sidosryhmien kanssa. Esitän kiitokset ohjausryhmän jäsenille sekä muille selvityksen toteutukseen osallistuneille tahoille osaamisensa ja näkemystensä jakamisesta.

Näkemykseni mukaan koronapandemia on tuonut esille aiempaa vahvemmin tarpeen tietää ulkomaisten matkailijoiden taloudellisesta vaikuttavuudesta yhteiskuntaamme. Kannatan selvityksessäkin esille tuotua näkemystä siitä, että yleisen kansallisen tason tieto ulkomaisten matkailijoiden rahankäytöstä ja

matkustuskäyttäytymisestä tulee tuottaa julkisen kansallisen toimijan rahoittamana ja toimeksi antamana tai toteuttamana. Työ- ja elinkeinoministeriön hallinnonalalla luontevin toimija asian edistämiseksi on aiempien toteutusten tavoin Business Finlandin Visit Finland –yksikkö – yhteistyötä muiden hallinnonalojen tai toimialojen kanssa unohtamatta.

Ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttöä ja matkustuskäyttäytymistä koskeva tutkimus on osa laajempaa keskustelua matkailun tiedolla johtamisesta ja tiedolla johtamisen kehittämistarpeesta alalla. Matkailun tiedolla johtamisen kansallisen toimintamallin laatiminen on nostettu esille jo ennen raporttia, mutta oli tärkeää havaita asia myös raportin tuloksissa. Itse pidän tärkeänä, että tiedolla johtamisen toimintamallia laadittaessa huomioidaan mahdollisimman kokonaisvaltaisen kuvan muodostuminen matkailusta Suomessa: ulkomaisia ja kotimaisia matkailijoita koskevan tiedon tulisi olla mahdollisimman yhteneväistä. Koska kansallisen toimintamallin laatiminen matkailun tiedolla johtamiseen on iso kokonaisuus, on tavoite syytä palastella useampaan kokonaisuuteen. Ulkomaisten matkailijoiden rahankäytön ja matkustuskäyttäytymisen selvittämisestä päivitettävällä tutkimusasetelmalla on hyvä aloittaa.

Helsingissä 1.2.2021

Mika Lintilä
elinkeinoministeri

1 Johdanto

Tämä työ on esiselvitys siitä, minkälainen tutkimusasetelma tarvitaan kuvaamaan ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttöä ja matkustuskäyttäytymistä Suomessa. Matkailijoiden rahankäytöstä ja matkustuskäyttäytymisestä tarvitaan luotettavaa ja ajantasaista tietoa, jotta matkailun vaikuttavuutta voidaan arvioida poliittisen ja alan oman päätöksenteon tukena. Tieto matkailijoiden rahankäytöstä on myös matkailun kestävyyskannalta tärkeää, sillä matkailun kestävä kasvua voidaan vahvistaa edistämällä matkailijoiden rahankäyttöä matkailijamäärän kasvattamisen sijaan. Rahankäytön määrän ja laadun ohella myös matkustuskäyttäytyminen (esimerkiksi viipymä) on tärkeä kestävä kasvun näkökulmasta.

Ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttöä ja matkustuskäyttäytymistä on tutkittu Suomessa pitkään. Tilastokeskus toteutti vuosina 1998–2012 **Rajahaastattelututkimusta** ja vuodesta 1997 lähtien Tutkimus- ja analysointikeskus TAK Oy on tehnyt **Rajatutkimusta**. Vuosina 2014–2018 TAK Oy:n Rajatutkimusta toteutettiin osana **Visit Finlandin Matkailijatutkimusta**. Sekä Tilastokeskuksen että TAK Oy:n tutkimukset perustuvat matkailijoiden haastatteluihin Suomen raja-asemilla.

TAK Oy:n Rajatutkimuksessa haastatellaan tammi-joulukuussa eri viikonpäivinä ja kellonaikoina Suomen raja-asemilla yli 14-vuotiaita, ulkomailla asuvia Suomesta poistumassa olevia matkailijoita. Haastateltavat poimitaan otokseen tasaväliotannalla valitsemalla esimerkiksi joka viides matkustaja. Haastattelupäivät arvotaan satunnaisesti koko vuoden ajalle, mutta Lapissa haastatteluja on tehty vain talvikautena. Haastatteluja toteutetaan Helsingin ja Turun satamissa, Helsinki-Vantaan, Turun, Tampereen, Rovaniemen ja Kittilän lentoasemilla sekä Vaalimaan, Nuijamaan, Vainikkalan, Imatran ja Niiralan rajanylityspaikoilla. (Visit Finland 2018). Aikaisemmin toteutettu Tilastokeskuksen rajahaastattelututkimus tehtiin vastaavalla menetelmällä ja tiedonkeruu pohjautui suunnitelmalliseen otantamenetelmään. Verrattuna TAK Oy:n Rajatutkimukseen Tilastokeskuksen Rajahaastattelussa mukana olivat myös Karigasniemen ja Tornion rajanylityspisteet, mutta ei Imatran rajanylityspistettä.

Tilastokeskuksen Rajahaastattelututkimuksessa sekä TAK Oy:n Rajatutkimuksessa on vuosittaisten haastattelujen määrä ollut noin 20 000, lukuun ottamatta vuotta 2019, jolloin haastattelujen määrä puolitettiin 10 000:een johtuen tutkimuksen rahoitusmuutoksista.

Rajatutkimuksella on ollut sekä alueellista että valtakunnallista rahoitusta. Visit Finland rahoitti tutkimusta vuosina 2014–2018. Vuonna 2019 Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry osallistui valtakunnantason tutkimuksen rahoittamiseen. Tällä hetkellä rahoitus valtakunnantason selvityksen tekemiseen puuttuu. Valtakunnallisen rahoituksen lisäksi mm. matkailun alueorganisaatiot osallistuvat tutkimukseen ja saavat omat alueelliset tulokset käyttöönsä. Tulokset on julkaistu raporttina. TAK Oy julkaisee myös Visitory-palvelua (ent. Visiittori), joka tarjoaa koottua alueellista tietoa matkailijoista.

Visit Finlandin Matkailijatutkimuksessa käytettyä tutkimusasetelmaa on tarpeen päivittää tiedonkeruun ja -analysoinnin menetelmien kehittyessä. Haastattelututkimus on kallista sekä aikaa vievää, ja haastattelututkimuksen yleinen hyväksyttävyyys on paikoin huono. Rahankäyttöä koskeva tieto on vain suuntaa-antavaa, koska kyse on otantatutkimuksen, johon liittyy virhemarginaaleja ja vastaukset pohjautuvat kuluttajien muistikuvaan. Nopeassa rajanylitystilanteessa tapahtuvassa haastattelussa ei matkailijaprofiileista saada syvällistä tietoa. Nykymallissa venäläiset päiväkävijät Pietarin alueelta ovat yliedustettuina ja pohjoiset rajanylityspaikat aliedustettuina valtakunnan tason luvuissa.

Visit Finlandin Matkailijatutkimuksessa on kuitenkin myös paljon toimivia elementtejä. Se on kattava ja vastaavaa tietomäärää ei tällä hetkellä ole muualta saatavissa. Tutkimuksen tulosten vertailu muihin tilastoihin (Tilastokeskuksen Majoitustilasto, Global Bluen Tax free -tilasto ja liikenneyrityksiltä saatu data) lisää tutkimuksen luotettavuutta. Koska tutkimusta on tehty pitkään, on saatavilla ajallisesti vertailukelpoista tietoa matkailijoiden rahankäytön ja matkustuskäyttäytymisen kehityksestä. Tähän saakka haastattelujen on todettu olevan luotettavin tapa kerätä tätä tietoa.

Käytössä olevan tutkimusasetelman on havaittu vaativan päivittämistä, sillä tiedonkeruu ja -analysointimenetelmät ovat kehittyneet ja esimerkiksi uudet teknologiat mahdollistavat uusia avauksia matkailijoiden määrän seurantaan samoin kuin kyselyiden toteuttamiseen. Erilaisia mobiiliratkaisuja on jo hyödynnetty matkailijavirtojen alueelliseen tarkasteluun, ja nämä voivat tarjota myös laajempia mahdollisuuksia seurata matkailijoiden käyttäytymistä. Näin ollen vaihtoehtoja tulee selvittää, jotta voidaan muodostaa optimaalinen kokonaisuus ulkomaisten matkailijoiden rahankäytöstä ja matkustuskäyttäytymisestä.

1.1 Työn tavoitteet ja prosessi

Työn tavoitteena on kuvata ulkomaisten matkailijoiden rahankäytön ja matkustuskäyttämisen seurantaan tukeva tutkimusasetelma Suomessa. Työ on luonteeltaan esiselvitys. Työtä varten selvitettiin ja analysoitiin rahankäytön ja matkustuskäyttämisen seurantaan liittyviä tietotarpeita, tiedonkeruun ja analysoinnin tapoja sekä kartoitettiin ja vertailtiin olemassa olevia malleja ulkomaisten matkailijoiden rahankäytön ja matkustuskäyttämisen seuraamiseksi (kuvio 1). Työ toteutettiin sidosryhmäkartoituksen (yksilö- ja ryhmähaastattelut, minikysely, ryhmäkeskustelu), kansainvälisiä käytänteitä koskevan benchmarking-selvityksen (kuusi maata) sekä kahden asiantuntijatyöpajan (tietotarpeet & menetelmät) kautta. Aineiston kautta tuotiin erilaisia vaihtoehtoja esiin ja luotiin suositukset jatkotoimenpiteistä.

Selvityksessä tarkasteltiin seuraavia kysymyksiä:

1. Mitä tietoja ulkomaisten matkailijoiden rahankäytöstä ja matkustuskäyttämisestä tulisi kerätä?
2. Ketkä ovat ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttöä ja matkustuskäyttämistä koskevan tiedon käyttäjiä ja mihin tietoa käytetään?
3. Miten tietoa jaetaan ja millä aikavälillä tietoa julkaistaan?
4. Miten ulkomaisten matkailijoiden rahankäytön ja matkustuskäyttämisen tiedonkeruu ja tulosten analysointi rahoitetaan?
5. Millä menetelmillä ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttöä ja matkustuskäyttämistä koskeva tiedonkeruu voidaan toteuttaa?
6. Millaisia ratkaisuja tai malleja ulkomaisten matkailijoiden rahankäytön ja matkustuskäyttämisen seurantaan on olemassa muualla?
7. Miten käytössä olevat ulkomaisten matkailijoiden rahankäytön ja matkustuskäyttämisen seurantamallit soveltuisivat Suomessa käytettäväksi?

Kuvio 1. Työn keskeinen sisältö



Työ toteutettiin kuvion 2 mukaisesti kolmessa vaiheessa: **tietotarpeiden selvittäminen, vaihtoehtoisten menetelmien kartoitus (benchmarking -selvitys) sekä aineiston analyysi ja suositukset**. Työ toteutettiin kesäkuun ja lokakuun 2020 välisenä aikana.

Työssä selvitettiin nykyisin käytössä olevan tutkimusasetelman haasteet ja tietoon liittyvät puutteet sekä päivitettävälle tutkimusasetelmalle esitettävät tarpeet ja käytänteet **haastatteluiden, työpajan sekä minikyselyn avulla**. Vaihtoehtoisia menetelmiä kartoitettiin haastatteleamalla menetelmien asiantuntijoita ja **vertailemalla kansainvälisiä käytänteitä**. Vaihtoehtoja arvioitiin ja jalostettiin työpajassa. Tulosten pohjalta laadittiin yhteiset suositukset ja optimaalisimpien vaihtoehtojen täydennys.

Kuvio 2. Työn prosessi



Työtä on ohjannut ohjausryhmä, johon ovat kuuluneet Sanna Kyyrä (pj.) työ- ja elinkeinoministeriöstä, Janne Hepola Finaviasta, Katarina Wakonen Visit Finlandista, Anna-Krista Sorvoja Visit Tampereesta sekä Antti Honkanen Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti MTI:stä. Työn on laatinut WSP Finland Oy ja sen laatimiseen ovat osallistuneet Susanna Harvio (projektipäällikkö), Katja Koskela, Tuuli Rantala, Riina Isola, Sanja Vujicic ja Tuomas Santasalo.

1.2 Menetelmät

Työhön osallistettiin laaja joukko sidosryhmiä: tiedon hyödyntäjiä, tiedon tuottajia, datan omistajia, menetelmäkehittäjiä sekä matkailualan muita toimijoita. Työssä toteutettiin haastatteluja, työpajoja, ryhmäkeskusteluja ja minikyselyjä, joiden perusteella työn tulokset koostettiin. Työ toteutettiin aktiivisessa ja vuorovaikutteisessa yhteistyössä ohjausryhmän kanssa.

Haastattelut

Työn alussa kartoitettiin haastattelujen avulla ulkomaisten matkailijoiden rahan- käyttöä ja matkustuskäyttäytymistä koskevia tietotarpeita. Haastatteluissa selvitetiin, millaista tietoa ulkomaisten matkailijoiden rahankäytöstä ja matkustuskäyttäytymisestä tarvitaan, millaisella aikataululla tietoa tarvitaan ja millaista valmista tutkimusinfrastruktuuria on jo olemassa. Lisäksi selvitettiin, mihin tietoa hyödynnetään.

Haastatteluja toteutettiin kaiken kaikkiaan 14 kappaletta (liite 1). Muutamassa haastattelussa oli mukana useampia henkilöitä. Haastateltavina oli tiedon ylläpitäjiä ja tiedon hyödyntäjiä.

Työpajat

Työn aikana toteutettiin kaksi työpajaa etänä Zoom-alustalla. Ensimmäinen työpaja pidettiin 27.8.2020 ja mukana oli 23 osallistujaa. Työpajassa selvitettiin matkustuskäyttäytymiseen, rahankäyttöön sekä matkustajaprofiileihin ja matkustuskokemukseen liittyviä tietotarpeita. Toinen työpaja pidettiin 9.10.2020 ja mukana oli 22 osallistujaa. Työpajassa keskityttiin menetelmien arviointiin ja priorisointiin.

Minikysely

Haastattelujen ja ensimmäisen työpajan kautta kartoitettujen tietotarpeiden pohjalta laadittiin minikysely (liitteet 2 ja 3), jonka avulla tietotarpeita pyrittiin priorisoimaan.

Minikysely toteutettiin 18. 30.9.2020 Webropol-työkalun avulla. Kyselyyn kutsuttiin vastaajiksi haastatteluihin ja työpajoihin osallistuneet henkilöt sekä työ- ja elinkeinoministeriön yhteystietorekisterissä ja Visit Finlandin asiakasrekisterissä olevat matkailun alueorganisaatiot. Kyselyn saatteessa toivottiin, että kustakin organisaatiosta annetaan vain yksi yhteinen vastaus kyselyyn. Kyselylinkkiä kehoitettiin myös välittömään eteenpäin sopiville sidosryhmille. Kyselyyn saatiin yhteensä 42 vastausta.

Benchmarking

Osana vaihtoehtoisten menetelmien kartoitusta tarkasteltiin, millaisia ratkaisuja tai malleja ulkomaisten matkailijoiden rahankäytön ja matkustuskäyttäytymisen seurantaan on muissa maissa käytössä. Benchmarking-selvitykseen otettiin mukaan

Pohjoismaat sekä Iso-Britannia (liite 1). Selvitys toteutettiin haastattelemalla kunkin maan ulkomaisten matkailijoiden tutkimuksesta vastaavia organisaatioita. Selvitystä täydennettiin haastatteluista esille nousseella ehdotuksella: Uuden-Seelannin osalta käytössä olevaa tutkimusasetelmaa selvitettiin kansallisen tilastokeskuksen (Statistics New Zealand) sekä ministeriön (Ministry of Business, Innovation & Employment) verkkosivujen kautta.

Ryhmäkeskustelu

Ennen toista työpajaa pidettiin ryhmäkeskustelu yhdeksän menetelmänkehittäjän ja tiedontuottajan kanssa (liite 1). Ryhmäkeskustelussa kartoitettiin tiedonkeruutapoja ja tietolähteitä sekä arvioitiin niiden käyttökelpoisuutta ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttöä ja matkustuskäyttäytymistä koskevan tiedon tuottamiseen.

2 Ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttöön ja matkustuskäyttäytymiseen liittyvät tietotarpeet

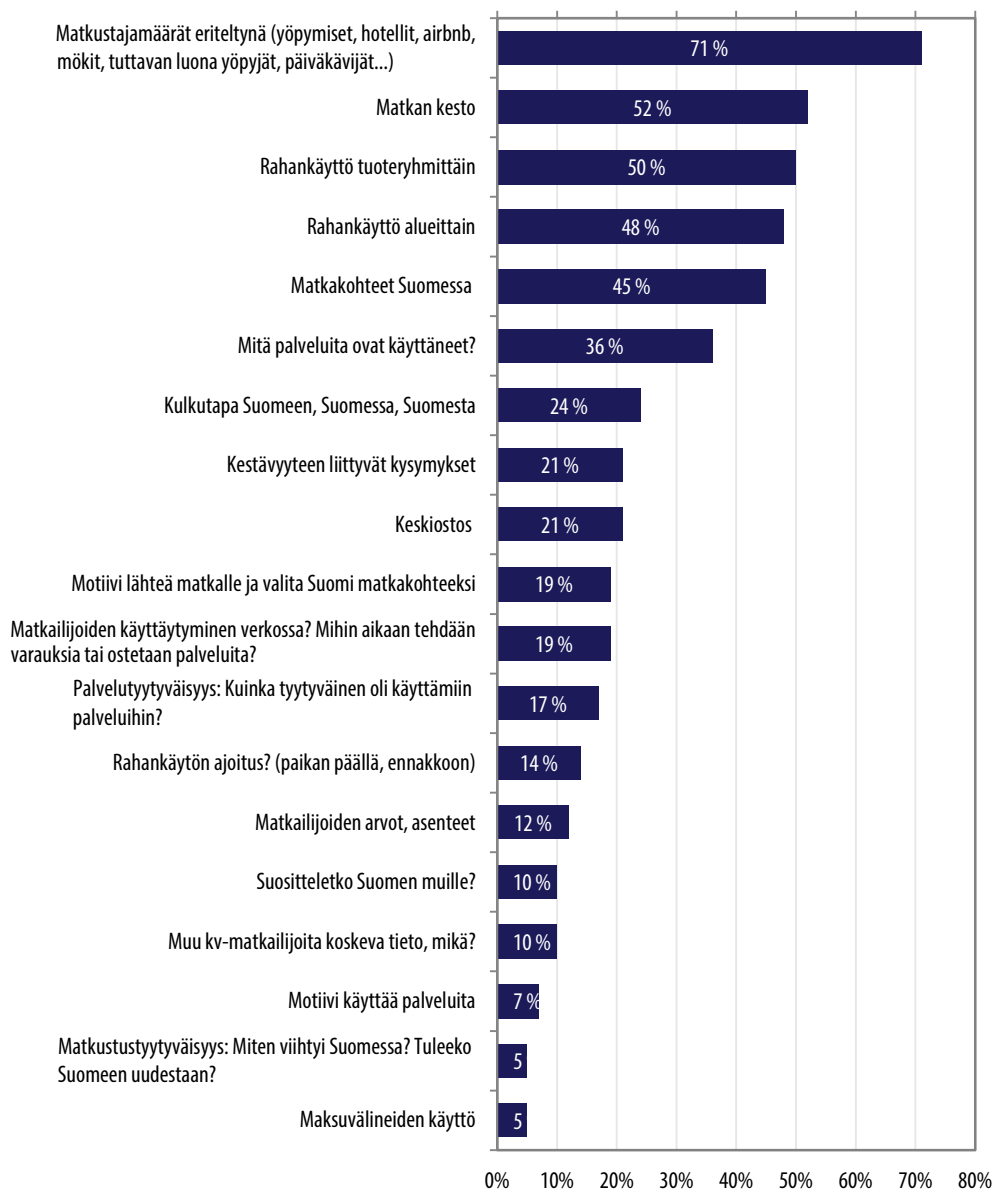
Ulkomaisia matkailijoita koskevat keskeisimmät tietotarpeet liittyvät matkustuskäyttäytymiseen, matkailijaprofiileihin, rahankäyttöön sekä matkustuskokemuksiin, arvoihin ja asenteisiin. Tietotarpeet vaihtelevat jonkin verran tiedon käyttäjästä riippuen. Tarpeet on koottu haastattelujen ja työpajojen pohjalta, ja niiden priorisointiin saatiin tukea minikyselystä.

2.1 Tietojen sisältö

Ensisijainen ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttöä ja matkustuskäyttäytymistä koskeva tiedontarve liittyy **matkailijamääriin** (kuvio 3). Tietoa toivotaan matkailijamääristä kokonaisuutena sekä eriteltynä erilaisiin ryhmiin. Tietoa toivotaan saatavan koko Suomen tasolla sekä alueittain ja Lapissa jopa kohteittain (matkailukeskuksen tasolla). Erityisesti kiinnostaa, **kuinka paljon matkailijoita käy, kuinka kauan matkailijat viiptyvät ja missä matkailijat liikkuvat**. Nämä nähdään tärkeänä perustietona ulkomaisia matkailijoita koskevalle tutkimukselle, jotta esimerkiksi rahankäyttöä pystytään selvittämään ja tekemään edustava otanta kohderyhmästä.

Tietoa tarvitaan myös erilaisiin ryhmiin eriteltynä. Matkailijamääriin toivotaan sisältyvän **kaikki yöpyjät**, myös rekisteröityjen majoitusliikkeiden ulkopuolella yöpyvät, ja **päiväkävijät**. Myös risteilymatkustajat toivotaan sisällytettävän joukkoon. Matkailijoiden määrää tulisi pystyä tarkastelemaan myös eriteltynä vapaa-ajan matkailijoihin ja työn takia matkustaviin. Joillakin toimijoilla on erityisiä tiedontarpeita. Matkailun alueorganisaatiot ja kunnat haluavat yleensä tarkastella matkailijatietoja erikseen kausityöntekijöistä ja opiskelijoista. Sen sijaan Tilastokeskuksella on tarve saada tietoa kaikista alle vuoden Suomessa aikaa viettävistä matkailijoista.

Kuvio 3. Minikyselystä saadut vastaukset kysymykseen ”Mitä matkailijoiden rahankäyttöön liittyvää tietoa tarvitsette kaikkein eniten?”.



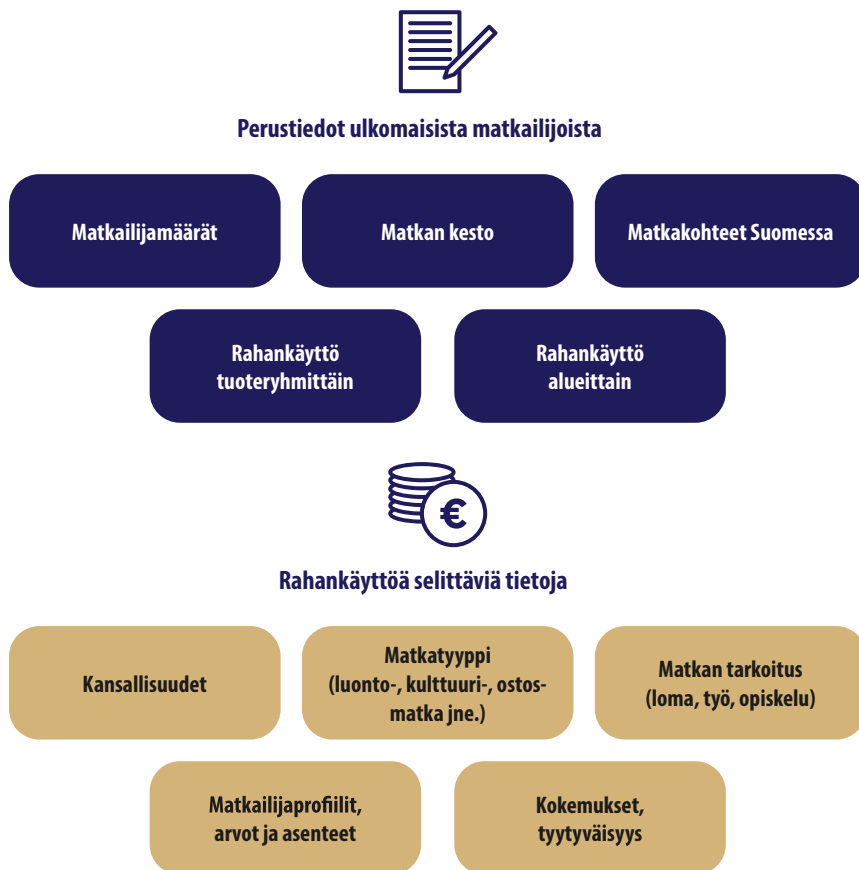
Varsinaista rahankäyttöä koskevaa tietoa halutaan sekä absoluuttisena lukuna että kehitystietona. Tietoa on tarve saada kansallisesti ja alueittain. Aluetieto kiinnostaa erityisesti matkailun alueorganisaatioita ja matkailuyrityksiä, ja käyttökelpoinen aluejako riippuu pitkälti toimijasta. Tarkimmillaan halutaan matkailukeskustason tietoa (esimerkiksi Lapissa), mutta usealle taholle riittää tiedon esittäminen laajemmissa aluekokonaisuuksissa (esimerkiksi Visit Finlandin suuraluejaon mukaisesti pääkaupunkiseutu, Järvi-Suomi, saaristo ja rannikko, Lappi).

Rahankäyttötietoa tarvitaan erityisesti **tuoteryhmittäin**, mihin rahaa käytetään. Tuoteryhmätietoon toivotaan sisällytettävän myös toimialat, jotka eivät ole varsinaisia matkailupalveluita. Näitä ovat mm. vähittäiskauppa, julkiset palvelut (mm. uimahallit) ja kulttuuripalvelut. **Keskiostos** on myös tärkeä tieto. Rahamäärätiedon ohella kaivataan yleisempää tietoa siitä, mitä palveluita matkailija on käyttänyt. Osa tiedon hyödyntäjistä kaipaa tietoa myös **rahankäytön ajoituksesta ja käytetystä maksuvälineestä**.

Matkailijamäärä- ja rahankäyttötietoja kaivataan kokonaislukuna, mutta myös **erilaisilla taustatiedoilla jaoteltuna**: kansalaisuuksittain, matkan tarkoituksen mukaan (vapaa-aika, työ, opiskelu, kausityö) sekä matkatyyppin mukaan (esimerkiksi luonto, kulttuuri/viihde, hyvinvointi, ostokset, kongressi, tapahtuma, risteily, urheilu/liikunta). Sen sijaan tieto matkaseurueesta tai varauskanavasta ei noussut keskeiseksi tietotarpeeksi.

Matkailijamäärän ja rahankäyttötietojen ohella tarvitaan tietoa myös **muusta matkustuskäyttäytymisestä** mm. kulkutavoista matkalla Suomeen ja Suomesta sekä Suomen sisällä. Matkailijoiden käyttäytymisestä verkossa tarvitaan tietoa, esimerkiksi varauksien ja ostojen ajoituksesta.

Kuvio 4. Ensisijaiset ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttöä ja matkustuskäyttäytymistä koskevat tietotarpeet.



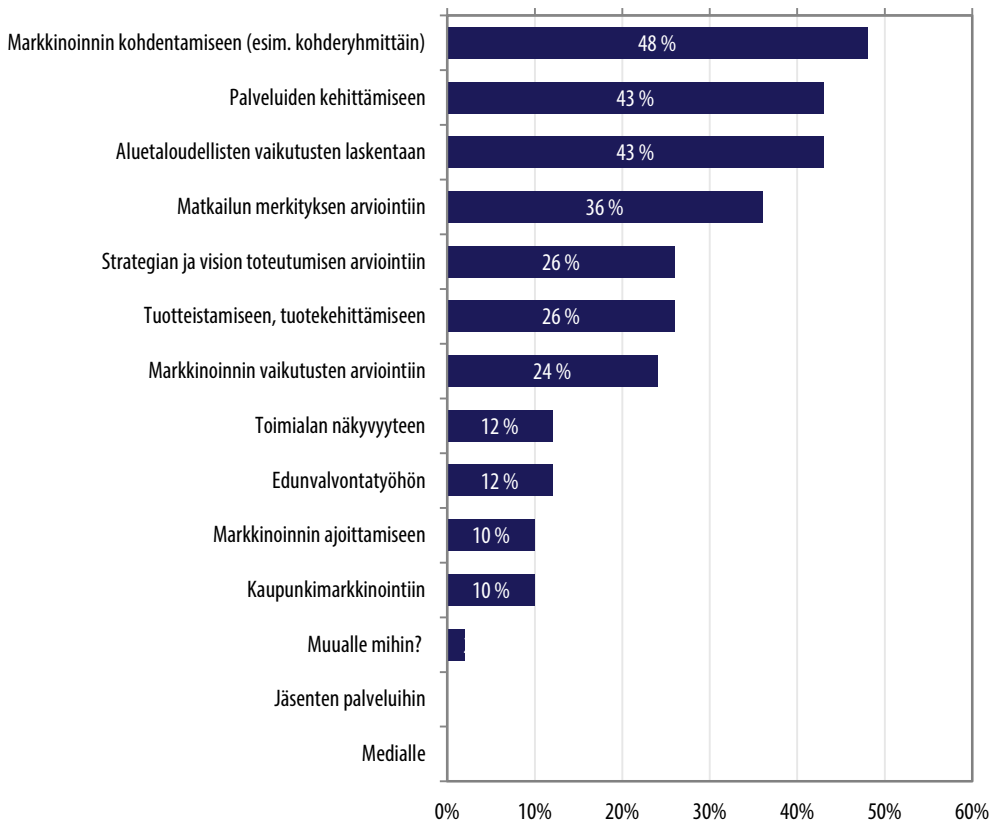
Kuviossa 4 on esitetty ensisijaiset ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttöä ja matkustuskäyttäytymistä koskevat tietotarpeet. Tilastodatan rinnalla tarvitaan yhä enemmän myös **tietoa kokemuksista**, palvelu- ja matkustustyytyväisyydestä sekä motiiveista. Miksi Suomi on valittu matkakohteeksi? Miten vierailu on onnistunut, mikä oli parasta? Suositteisiko Suomea matkailukohteena? Myös **matkailijoiden arvot** kiinnostavat erityisesti markkinoinnista vastaavia toimijoita. Halutaan syvällistä kuvausta arvoista ja asenteista sekä siitä, millainen matkailija on ihmisenä. Vaikka kokemus- ja matkailijaprofiilitietoja ei priorisoi minikyselyssä kaikkein korkeimmalle tiedontarpeessa, ne koetaan haastatteluissa ja työpajoissa käytyjen keskustelujen mukaan tärkeänä tutkimuskohteena. Rahankäytön, uudelleenvierailun tai suositellun syvällisempi ymmärtäminen ja palvelujen kehittäminen näiden pohjalta edellyttää tietoa kokemuksista ja matkailijoiden kiinnostuksen kohteista.

Tietoa toivotaan myös trendeistä ja heikoista signaaleista, mitkä vaikuttavat mm. arvojen kehitykseen. Kestävyyteen liittyvät kysymykset koetaan erityisesti kaupungeissa tärkeänä. Onko kestävyydellä merkitystä, onko matkailija valmiimpi maksamaan kestävästä tuotteista? Onko matkailija kompensoinut matkan aiheuttamia hiilidioksidipäästöjä?

2.2 Tietojen käyttö

Ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttöä ja matkustuskäyttäytymistä koskevaa tietoa käytetään ensi sijassa **matkailumarkkinoinnin kohdentamiseen ja matkailupalveluiden kehittämiseen** (kuvio 5). Tietoa tarvitaan myös matkailun **aluetaloudellisten vaikutusten laskentaan ja matkailun merkityksen arviointiin**.

Kuvio 5. Minikyselystä saadut vastaukset kysymykseen ”Mihin tarvitsette tietoa kaikkein eniten?”.



Kokonaisuutena ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttöä ja matkustuskäyttämistä kuvaavat tiedonkäyttötarpeet liittyvät markkinointiin, kehittämiseen, toimialan nostoon ja toiminnan arviointiin (kuvio 6).

Kuvio 6. Ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttöön ja matkustuskäyttämisen liittyvät tiedonkäyttötarpeet ensimmäisen työpajan, haastattelujen ja minikyselyn tulosten pohjalta.

MIHIN TIETOA TARVITAAN

Markkinointiin



- Markkinoinnin kohdentamiseen
- Markkinoinnin ajoittamiseen
- Kaupunkimarkkinointiin

Kehittämiseen



- Matkailun kehittämiseen
- Palveluiden kehittämiseen
- Tuotteistamiseen, tuotekehittämiseen
- Jäsenten palveluihin

Toimialan arvostukseen ja raportointiin



- Matkailun merkityksen arviointiin
- Matkustustaseeseen
- Aluetaloudellisten vaikutusten laskentaan
- Toimialan näkyvyyteen
- Medialle
- Edunvalvontatyöhön

Toiminnan arviointiin



- Markkinoinnin vaikutusten arviointiin
- Strategian ja vision toteutumisen arviointiin
- Kestävyyden arviointiin

Matkailijoita koskevaa tietoa käyttävät mm. Visit Finland, Tilastokeskus, matkailun alueorganisaatiot, kunnat, tutkimus- ja oppilaitokset, matkailuyritykset sekä tiedon jatkojalostamista ja -hallintaa tekevät yritykset. Tiedon käyttötarkoitukset vaihtelevat toimijan mukaan.

Matkailun alueorganisaatiot käyttävät tietoa ennen kaikkea markkinoinnin kohdentamiseen ja ajoittamiseen sekä markkinoinnin vaikutusten arviointiin ja matkailun aluetaloudellisten vaikutusten laskentaan. Tietoa tarvitaan palveluiden kehittämiseen, esimerkiksi matkaketjujen kehittämiseen ja matkailupalveluresurssien ajoittamiseen.

Kunnat ja kaupungit tarvitsevat tietoa palveluiden kehittämiseen, matkailun merkityksen arviointiin ja markkinoinnin kohdentamiseen. Muut toimijat (mm. maakunnat, tutkimusorganisaatiot, yritykset, viranomaiset) korostavat tiedontarvetta erityisesti matkailun aluetaloudellisten vaikutusten laskentaa koskien.

Visit Finland tarvitsee tietoa toimialan kehittämiseen, markkinointikampanjoiden ja muiden toimenpiteiden suunnitteluun sekä strategian ja visioiden toteutumisen analysoimiseen. Tiedon kautta toimialan merkitystä voidaan arvioida ja tuottaa tietoa myös myös medialle matkailusta ja sen kehittymisestä Suomessa.

Tilastokeskus tarvitsee ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttöä ja matkustuskäyttäytymistä koskevaa tietoa matkailutilinpidon tuotantoa varten sekä matkustustaseen laskentaan. Rahankäytön osalta tietoa tarvitaan tuotejakauma- ja maatasolla. Matkan tarkoitus jaetaan tilastoissa neljään luokkaan: työ, loma, vaihto-opiskelija tai kausityöntekijä. Tilastokeskuksen tietotarpeet ovat muita tahoja laajemmat sen suhteen, että se tarvitsee tietoja myös alle vuoden maassa oleskelevista opiskelijoista ja kausityöntekijöistä.

2.3 Tietojen julkaisu

Tiedon halutaan olevan käytettävissä **mahdollisimman nopeasti**, mitä nopeammin sen parempi. Tiedontarpeen ajoitus vaihtelee kuitenkin hyvin paljon toimijoittain sekä myös tiedon mukaan. Esimerkiksi matkailumarkkinoinnin kohdentamista tai matkailupalvelujen tuotekehitystä korjaaviin toimenpiteisiin tarvitaan tietoa mahdollisimman nopeasti ja ehdottomasti ainakin meneillään olevan matkailukauden (esimerkiksi kesäsesonki) aikana. Sen sijaan esimerkiksi matkailun aluetaloudellisen merkityksen arviointiin vuositasen tieto on riittävää.

Matkailijoiden määrästä (ml. päiväkävijät ja yöpyneet) halutaan päivittäistä tietoa. Rahankäytöstä on tarve saada tietoa vähintäänkin neljännesvuosittain tai kausittain. Toimijoita kiinnostavat myös lyhyiden loma-ajankohtien (esim. joulukuukauden ja viikollisten) ja kiinalaisten uusivuosi) ja tapahtuma-aikainen rahankäyttö.

Matkailijoita koskeva tiedontarve ei liity vain menneen kehityksen seurantaan, vaan yhä enemmän on tarve saada tulevaisuuteen liittyvää ennustetietoa esimerkiksi

varausten kehittymisestä ja matkustusaikeista. Matkailun kehityksen ymmärtämiseksi tarvitaan tietoa myös trendeistä, signaaleista ja arvoista.

Tiedon tuotannon säännöllisyys ja ajallinen vertailtavuus korostuvat. Samaten tiedon avoimuuden ja saavutettavuuden koetaan olevan hyvin tärkeää. Matkailijoita koskevan tiedon halutaan olevan saatavilla helposti ja mielellään keskitetysti yhdestä paikasta. Koska yhdestä tietolähteestä ei pystytä saamaan kaikkea tietoa, pitää tietoa pystyä yhdistämään eri tietolähteistä keskenään. Matkailualan toimijoilla on tarvetta perinteisille kirjallisille yhteenvetoraporteille, dynaamisille digitaalisille dashboardeille sekä avoimelle rajapinnalle, josta saa raakadataa käyttöön edelleen analysoitavaksi. Digitaalinen tietolusta/datapankki/dashboard on nykyaikainen ja toivottu ratkaisu. Dashboard tarjoaa automaattisia visualisointeja ja alustalta tietoa voi kokonaiskuvan hahmottamisen rinnalla suodattaa omaan tarpeeseensa.

Matkailualan toimijoilla on tarve eritasoiselle tiedolle tiedon käyttäjän ja tarpeen mukaan. Analytiikkaosaamista pidetään tärkeänä. Kaikilla ei ole kuitenkaan resursseja analysointiin, joten tarvetta on myös pystyä tuottamaan valmiita raportteja ja kehityskuvia. Sen sijaan tutkijat kaipaavat nimenomaan raakadataa, jota voi itse analysoida ja käyttää tutkimuksiinsa oman tarpeen mukaan. Toistaiseksi Suomessa ei ole käytössä yhtenäistä kansallisen tason tiedolla johtamisen toimintamallia matkailutiedon keruuseen, hallintaan, ylläpitoon, jakeluun, analysointiin, ja rahoitukseen.

2.4 Rahoitus

Ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttöä ja matkustuskäyttäytymistä koskevan tutkimusasetelman mahdollista rahoitusta on käsitelty työn aikana vähäisesti haastattelussa ja työpajassa. Benchmarking-osiossa selvitettiin vertailumaiden vastaavien tutkimusten rahoitusta ja yksilö- ja ryhmähaastatteluissa sekä toisessa työpajassa (menetelmät-työpaja) keskusteltiin yleisesti valmiudesta maksaa ulkomaisia matkailijoita koskevasta tiedosta. Työssä ei ollut kuitenkaan tavoitteena laatia rahoitusmalleja, vaan tuoda esille toimijoiden näkemyksiä asiaan liittyen.

Ministeriön tai muun kansallisen julkisen tahon toivotaan kustantavan suuren osan ”yleisestä” ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttöä ja matkustuskäyttäytymistä koskevasta tutkimuksesta. Kustannusten jakamiseen ja erityisesti tutkimuksen

alueellisten laajennusten toteuttamiseen on kuitenkin valmiutta myös muilla toimijoilla. Esimerkiksi matkailun alueorganisaatiot ostavat tälläkin hetkellä erilaisia tutkimuksia ulkomaisten matkailijoiden rahankäytön ja matkustuskäyttämisen selvittämiseksi. Yhteiseen tutkimukseen on valmiutta laittaa rahaa, jos siitä myös hyödytään itse. Yrityksillä, ml. matkailuyrityksillä on paljon omaa asiakasdataa, jota voidaan hyödyntää aiempaa vahvemmin. Yritysten rooli nähdäänkin enemmän tutkimuksen tietolähteenä kuin rahoittajana.

Yhtenä vaihtoehtona tiedonkeruun ja tulosten analysoinnin rahoittamiseksi on esitetty toteutuksen rahoituksen jakamista kansalliseen ja alueelliseen tasoon. Mallissa osa tiedosta olisi **julkista**, jolloin rahoittaja olisi pääosin julkinen taho. Osa tiedoista voisi olla maksullista, ja **rahoitukseen osallistumalla** voi saada toimijaa (esimerkiksi matkailun alueorganisaatio) kiinnostavaa tarkempaa tietoa ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttöä ja matkustuskäyttämistä koskien.

3 Vaihtoehtoja tiedonkeruuseen ja analysointiin

Tiedonkeruutapoja, tietolähteitä ja analysoinnin menetelmiä on kartoitettu haastatteluissa, työpajoissa ja ryhmäkeskustelussa. Lisäksi on tarkasteltu tiedonkeruutapojen ja tietolähteiden etuja ja haasteita. Muissa maissa käytössä olevia ulkomaisten matkailijoiden rahankäytön ja matkustuskäyttäytymisen seurantamalleja on tarkasteltu haastatteluiden ja verkkosivujen avulla.

3.1 Kansainvälisiä käytäntöjä

Työssä kartoitettiin kansainvälisiä käytäntöjä ulkomaisten matkailijoiden rahankäytön ja matkustuskäyttäytymisen selvittämiseen. Kartoitus toteutettiin haastattele-malla asiantuntijoita **Ruotsista, Tanskasta, Norjasta, Islannista ja Isosta-Britanniasta. Uuden-Seelannin** matkailijatutkimusta koskevat tiedot on kerätty kansallisen tilastokeskuksen (Statistics New Zealand) ja ministeriön (Ministry of Business, Innovation & Employment) verkkosivuilta.

Kaikissa tarkastelluissa maissa ulkomaisia matkailijoita koskevaa tietoa kerätään suurelta osin **haastattelujen kautta**. Haastattelujen toteutuspaikat kuitenkin vaihtelevat majoituspaikoista kauppakeskuksiin ja rajanylityspaikoille. Islannissa on raja-haastattelun lisäksi käytössä verkkopohjainen seurantakysely haastatelluille. Uudessa-Seelannissa tutkimukseen osallistujat rekrytoidaan kansainvälisillä lentokentillä ja tutkimukseen suostuneille lähetetään verkkopohjainen kysely.





Ulkomaisia matkailijoita koskeva tutkimus toteutetaan benchmarking-maissa vuosittain ja haastatteluja tehdään pitkin vuotta lukuun ottamatta Tanskaa, jossa haastatteluja tehdään joka kolmas vuosi. Haastateltavat valitaan satunnaisotannalla ja vuosittaisten haastattelujen määrä Pohjoismaissa vaihtelee Norjan 12 000 (haastatelluista ulkomaisia matkailijoita 9 000) ja Ruotsin 28 000 haastattelun välillä. Isossa-Britanniassa haastatteluja tehdään vuosittain noin 40 000 ja Uudessa-Seelannissa 8 900. Islantia lukuun ottamatta kaikissa tarkastelluissa maissa otoskoko katsottiin liian alhaiseksi pienempien kohdealueiden, kategorioiden tai lähtömaiden

tarkastelemiseksi. Ruotsissa ja Norjassa kustannukset ovat vuositasolla hyvin lähellä toisiaan (5 milj. SEK ja 5,5 NOK), vaikka otoskoossa on suuri ero. Sen sijaan Islannissa päästään selvästi alhaisempaan kustannustasoon (180 000–190 000 €/v), vaikka otosmäärä onkin Pohjoismaista toiseksi suurin (24 000). Tarkemmin ei ole selvitetty, mitä kaikkea nämä kustannukset pitävät sisällään. Islannissa tutkimuksen voidaan todeta olevan siinä mielessä yksinkertaisempi toteuttaa, että lähes kaikki ulkomaiset matkailijat tulevat maahan yhden lentokentän kautta.

3.1.1 Ruotsi

Ruotsissa selvitetään ulkomaisten matkailijoiden osalta matkailijamääriä, yöpymistä ja rahankäyttöä. Tutkimus on vuodesta 2019 alkaen toteutettu vuosittain ja sen otoskoko on 28 000 vuodessa. Haastatteluja tehdään rajanylityspaikoilla tieverkostossa, lentoasemilla, junissa, satamissa ja vierasvenesatamissa. Rahoitus tutkimukseen tulee ministeriöltä ja vuosikustannukset ovat noin 5 miljoonaa Ruotsin kruunua. Tutkimuksen taustalla toimii The Swedish Agency for Economic and Regional Growth.









Taulukko 1. Ulkomaisia matkailijoita koskeva tutkimus Ruotsissa.

Tutkimuksen luonne	Haastattelututkimus
 Fokus	Matkailijamäärät, yöpymiset, rahankäyttö
 Aika	Vuodesta 2019 alkaen joka vuosi, aiemmin 2011-2014
 Otos	28 000 vuosittain
 Päämetodi	Haastatteluja teillä ja lentoasemilla, junissa, satamissa ja vierasvenesatamissa.
 Datanhallinta ja työnjako	Origo Group tekee haastatteluja teillä ja lentoasemilla, Research One junissa, satamissa ja vierasvenesatamissa. Action Dialog Partner toimittaa haastattelurungon.
 Rahoitus ja vuosittaiset kustannukset	Ministeriö The Swedish Agency for Economic and Regional Growth'n kautta, kustannukset 5 milj. SEK
 Kehittäminen	The Swedish Agency for Economic and Regional Growth kehittää kyselyä hyödyntäen muiden julkisten ja yksityisten toimijoiden panosta.
 Muita huomioita	Knowledge hub project (Göteborg & Co – Destination Data Platform), in proof-of-concept-vaiheessa Lisebergissä. Projektin tavoitteena louhia/tuottaa matkailijatilastoja nykyistä nopeammin.

3.1.2 Tanska

Tanskassa ulkomaisten matkailijoiden osalta tutkitaan rahankäyttöä ja nykyään enenevässä määrin myös matkustuskäyttäytymistä. Tutkimusta on toteutettu joka kolmas vuosi vuodesta 1994 alkaen. Vuonna 2017 toteutettiin vuoden aikana yhteensä 14 000 haastattelua majoitusliikkeissä. Tutkimuksen rahoitus tulee ministeriöltä Visit Denmarkille, joka toimii tutkimuksen tilaajana.









Taulukko 2. Ulkomaisia matkailijoita koskeva tutkimus Tanskassa.

Tutkimuksen luonne	Haastattelututkimus
 Fokus	Rahankäyttö, lisääntyvässä määrin myös matkustuskäyttäytyminen
 Aika	Joka 3. vuosi alkaen v 1994
 Otos	14 000 haastattelua vuonna 2017. Otanta pohjautuu majoitustilastoihin (kapasiteetti, maantieteellinen jakauma)
 Päämetodi	Face-to-face-haastatteluja koko vuoden aikana majoitusliikkeissä
 Datanhallinta ja työnjako	Wilke kerää ja puhdistaa datan. Data lähetetään Statistics Denmarkille, jonka kanssa data analysoidaan
 Rahoitus	Ministeriö Visit Denmarkin kautta, joka toimii tilaajana
 Kehittäminen	Visit Denmark
 Muita huomioita	<ul style="list-style-type: none"> • Haaste: haastattelujen määrä liian pieni joka kategoriaan ja lähtömaahan • Suunnitelmassa muutos 80 haastattelupaikasta 18 yhdistettyyn paikkaan -> kysely voitaisiin tehdä kerran vuodessa • Yksityiskohtainen yöpymisdata mahdollistaa kuntaokohtaisen tarkastelun • Alihankkijan vaihto on vaikeuttanut vertailtavuutta, nykyinen ei kerro tarkkaan, miten haastattelut tehdään • Mukana myös AirBnB-tilastot • VISA- ja maksutapahtumadataa saadaan mahdollisesti tulevaisuudessa • Wonderful Copenhagen haluaisi tehdä oman tutkimuksensa, jossa olisi vähemmän kysymyksiä, mutta toteutus tiheämmin. Fokus olisi käyttäytymiseen liittyvässä laadullisessa tutkimuksessa, mutta tähän ei ole vielä rahoitusta. Pilotteja ja yhteistyötä datayhtiöiden kanssa on meneillään.

3.1.3 Norja

Norjassa ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttöä selvitetään haastattelututkimuksena. Haastatteluja toteutetaan mm. nähtävyyksien luona, lautoilla, ostoskeskuksissa ja lentoasemilla. Haastatteluja toteutetaan tammi-huhtikuussa hiihtokeskuksissa ja kesämatkailuhaastatteluja touko-elokuussa koko maassa. Vuonna 2019 tutkimukseen on vastannut 12 400 henkilöä, joista 8900 on ollut ulkomaisia matkailijoita. Tutkimuksen kustannukset ovat noin 5,5 miljoonaa Norjan kruunua tutkimusta kohden. Rahoitus tulee ministeriön ja Innovasjon Norgen kautta.

Taulukko 3. Ulkomaisia matkailijoita koskeva tutkimus Norjassa.

Tutkimuksen luonne	Haastattelututkimus
 Fokus	Rahankäyttö
 Aika	2016 alkaen joka vuosi, tutkimus alkanut 2012
 Otos	Kohdennettu otanta. 12 400 vastaajaa vuonna 2019 (8900 ulkomaalaista); tammi-huhtikuussa hiihto- ja revontulialueilla, touko-elokuussa koko maassa
 Päämetodi	Face-to-face-haastattelu nähtävyyksissä, lautoilla, ostoskeskuksissa, lentoasemilla jne. kuudella alueella (Oslo & Akershus, Nord-Norge, Trøndelag, Vestlandet, Sørlandet, Østlandet (pl. Oslo & Akershus)
 Datanhallinta ja työnjako	Epinion on kerännyt datan voitettuaan kilpailutuksen, mutta Epinion on mennyt konkurssiin koronapandemian aikana, joten tulevaisuudesta ei tiedetä.
 Rahoitus ja vuosittaiset kustannukset	Innovasjon Norge ja ministeriö, kustannukset 5,5 milj. NOK
 Kehittäminen	Innovasjon Norge yhteistyössä Statistics Norwayn kanssa
 Muita huomioita	<ul style="list-style-type: none"> Hyvää ja luotettavaa tietoa rahankäytöstä 5 alueen + Oslon osalta saatavilla. Pienempien kohteiden ja kategorioiden osalta puutteita (esim. kiinalaiset kulttuurimatkailijat) Statistics Norway hyödyntä rahankäyttödataa BKT:n ja matkailutilinpidon laskentaan Innovasjon Norgen budjetti laskee 20 % vuonna 2021 Testausta tehty ilman menestystä Telenorin, Telian, luottokorttiyhtiöiden kanssa sekä "Forward keys" lentoyhtiödatan ja airline booking – datan kanssa.

3.1.4 Islanti

Islannissa selvitetään ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttöä ja matkustuskäyttäytymistä haastatteluilla ja kyselyllä. Lentoasemilla toteutetaan vuosittain tietokoneavusteisia 5-7 minuutin mittaisia henkilöhaastatteluja rajatarkastuksessa ja lisäksi toteutetaan verkkopohjainen seurantakysely haastatteluihin osallistuneille. Otanta tehdään satunnaisotantana, 2000 matkustajaa kuukaudessa. Rahoitus tutkimukseen on tullut ministeriön viisivuotisesta projektista, joka on pian päättymässä.









Taulukko 4. Ulkomaisia matkailijoita koskeva tutkimus Islannissa.

Tutkimuksen luonne	Haastattelu- ja kyselytutkimus
 Fokus	Rahankäyttö, käyttäytymisdata, (sekä demografia, matkan tarkoitus, matkaseurue, rahankäyttö, yöpymiset, tyytyväisyys)
 Aika	Joka vuosi, alkaen vuodesta 2001
 Otos	Satunnaisotanta, 24 000 vuodessa, 2000 kuukaudessa; joka X:s matkustaja. Kuukausikiintiö rakentuu lennoista eri kohteisiin eri päivinä ja sitä on painotettu kansallisuusjakaumalla.
 Päämetodi	Tietokoneavusteiset henkilöhaastattelut lentokentällä rajavalvonnassa (5-7 min) + nettipohjainen seurantakysely (15-20 min). Seurantakyselyyn kirjautumalla mahdollisuus kannustimiin (esim. arvonta).
 Datanhallinta ja työnjako	Sopimuskumppani kerää datan, mutta FERDA omistaa datan ja tuottaa maksuttomia analyysejä. Statistics Iceland käyttää vientilaskelmiin.
 Rahoitus ja vuosittaiset kustannukset	Ministeriö, 5-vuotinen projekti, joka on käynnistynyt matkailun voimakkaan kasvun takia, FERDA koodinoin, kustannukset 180 000 - 190 000 €/v.
 Kehittäminen	FERDA, 3-4 henkilöä työskentelee tällä tutkimusalueella
 Muita huomioita	<ul style="list-style-type: none"> Seurantakyselyllä saadaan tarkempaa tietoa matkasta itsestään Center for Retail Studies kerää luottokorttidataa ja jaottelee datan kotimaisiin ja ulkomaisiin (kansallisuus, ostokategoria) – erittäin seurattu indikaattori, data saadaan joka kuun 6. päivä Statistics Icelandin kanssa pyritään luomaan vain yksi indikaattori kulutukselle Matkapuhelindatan käyttöä testattu, mutta ei saanut kunnolla rahoitusta Paras indikaattori: yöpymiset – toiveena saada samantapainen raportointi ja tilastojen muokkaus kuin Espanjassa Vahva suositus on omistaa data ja ostaa ainoastaan puhdistetut datasetit, sekä kehittää avointa dashboardia tarjoamaan tarkempia analyysejä ilmaiseksi.

3.1.5 Iso-Britannia

Isossa-Britanniassa selvitetään haastattelututkimuksena matkailijoiden rahankäyttöä, viipymää, käyntikohteita ja kansallisuutta. Haastatteluja toteutetaan lähtökyselynä joka vuosi ympäri vuoden suurimmissa satamissa, lentoasemilla jne. Otanta on 40 000 haastateltavaa vuodessa. Tutkimuksen rahoitus tulee pääasiassa kansalliselta tilastokeskukselta (Office of National Statistics), mutta Visit Britain rahoittaa lisäksi erillisiä kysymyksiä, joita haluavat tutkimukseen.

Taulukko 5. Ulkomaisia matkailijoita koskeva tutkimus Isossa-Britanniassa.

Tutkimuksen luonne	Haastattelututkimus
 Fokus	Rahankäyttö, viipymä, missä kävivät, kansallisuus (exit survey) – Visit Britannia muuttaa lisäkysymyksiä vuosittain
 Aika	Joka vuosi ympäri vuoden
 Otos	Satunnaisotanta, otanta tehdään etukäteen. 40 000 haastateltavaa viimeisen vuoden aikana.
 Päämetodi	Rajatutkimus (exit survey), suurimmissa satamissa, lentoasemilla jne.
 Datanhallinta ja työnjako	ONS, Office of National Statistics suorittaa
 Rahoitus ja vuosittaiset kustannukset	ONS pääasiassa, VisitBritain rahoittaa lisäkysymykset ja -otoksen, myös muita sponsoreita, jotka haluavat lisätä kysymyksiä (esimerkiksi VisitScotland, Departments for Culture and Transport). Kustannukset 6-8 milj. £.
 Kehittäminen	Sidosryhmätapaaminen 6 kk välein, osallistujia mm. ONS, VisitBritain, VisitScotland, VisitWales, Departments for Culture, Transport and Sport.
 Muita huomioita	<ul style="list-style-type: none"> Viime aikoina pieni otoskoko, josta kuitenkin saadaan hyvä kuva Ison-Britannian ulkomaisten matkailusta Tulokset tarvittaisiin nopeammin, 1,5 kk päästä, nyt Q1 tulokset saadaan heinäkuussa Sidosryhmät raportoineet datassa virheitä, jotka on myöhemmin korjattu – laadunvarmistus tärkeää: ONS tietää tilastoista, VisitBritain matkailukentästä ja huomaa, jos jokin ei vaikuta oikealta Keskustelua on käyty e-passin lähtöporttidatasta, mutta tätä ei ole vielä käytetty, käytössä ForwardKeys Tehdään yhteistyötä Googlen ja Spedian kanssa Mobiilidata-projekti meneillään Luottokorttidataa saatu VISAlta muutama vuosi sitten – hyvä ostoskäyttäytymisen suurten linjojen arviointiin, vähemmän luotettava viralliseen tilastointiin Jokainen datalähde kattaa vain tietyt kulmat Data Hub -projekti meneillään

3.1.6 Uusi-Seelanti

Uudessa-Seelannissa International Visitor Survey (IVS):ssa lähtevät matkailijat kontaktoidaan kansainvälillä lentoasemilla, ja tutkimukseen suostuneille (8900 matkailijaa vuodessa) lähetetään verkkopohjainen kysely jälkikäteen sähköpostilla. Tutkimus kattaa kuusi Uuden-Seelannin päämarkkina-aluetta (Australia, Kiina, USA, UK, Saksa ja Japani). Tutkimus tuottaa tietoa ulkomaisten matkailijoiden rahankäytöstä koko maan tasolla, mutta alueittaista rahankäyttötietoa ei saa otoksen pienuuden takia tästä suoraan tuotettua.

International Visitor Survey:tä käytetään yhtenä lähtötietona The Monthly Regional Tourism Estimates (MTREs) –tutkimuksessa, joka tuottaa kuukausitasolla alueittaisia arvioita kotimaisten ja ulkomaisten matkailijoiden rahankäytöstä. Tässä MTREs-tutkimuksessa muita lähteitä ovat the Regional Tourism Indicators (RTIs) sekä Stats NZ's Tourism Satellite Account (TSA) -matkailutilinpito. RTIs-tutkimuksessa lähtötietona käytetään korttidataa. Kokonaisuudessaan Uuden-Seelannin matkailijoita koskeva tutkimus koostuu siis useasta eri selvityksestä ja tulosten yhdistelmästä.

Taulukko 6. Ulkomaisia matkailijoita koskeva tutkimus Uudessa-Seelannissa.

Tutkimuksen luonne	Haastattelututkimus
 Fokus	Ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttö koko maassa ja matkustuskäyttäytymisen (missä käynyt, millä matkustanut, mitä palveluja käyttänyt)
 Aika	Data julkaistaan neljännesvuosittain
 Otos	Satunnaisotanta, 8900 matkailijaa vuodessa
 Päämetodi	Kaksiportainen tiedonkeruu: 1. Lähtevät matkailijat kontaktoidaan ja rekrytoidaan tutkimukseen kv-lentokentillä (Auckland, Wellington, Christchurch and Queenstown) 2. Verkkokysely tutkimukseen suostuneille
 Datanhallinta ja työnjako	Kantar TNS New Zealand vastaa tietojen keruusta ja käsittelystä. Ministry of Business, Innovation & Employment vastaa analyyseista ja tuloksista. Dashboard julkaistaan Statistics New Zealand –verkkosivuilla.
 Rahoitus ja kustannukset	Tietoa ei ole saatavilla verkkosivuilla
 Kehittäminen	2019 järjestettiin työpaja matkailijoita koskevan tiedon kehittämiseksi, 80 osallistujaa. Fokus: tiedontarve, nykyjärjestelmän mahdollisuudet ja datan tulevaisuuden visiointi. Seuraavassa vaiheessa perustetaan monialainen ohjausryhmä kehittämään matkailijoita koskevaa tietojärjestelmää. Kehitetään digitaalista alustaa yhteistyön ja tiedonjakamisen edistämiseksi koko sektorilla sekä kestävä matkailun tiedon hallintaa.
 Muita huomioita	Tutkimus kattaa kuusi Uuden-Seelannin päämarkkina-aluetta: Australia, Kiina, USA, UK, Saksa ja Japani. IVS tuottaa tietoa ulkomaisten matkailijoiden rahankäytöstä koko maan tasolla. Alueittaista rahankäyttötietoa ei saa tästä suoraan tuotettua. Tutkimusta käytetään kuitenkin yhtenä lähtötietona The Monthly Regional Tourism Estimates (MTREs) –tutkimuksessa, joka tuottaa kuukausitasolla alueittaisia arvioita kotimaisten ja ulkomaisten matkailijoiden rahankäytöstä.

3.2 Vaihtoehtoiset tiedonkeruutavat ja tietolähteet

Haastattelujen, työpajojen ja ryhmäkeskustelun pohjalta on koottu vaihtoehtoisia tiedonkeruutapoja ja tietolähteitä ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttöä ja matkustuskäyttäytymistä koskevan tiedon tuottamiseen. Mitä tahansa tiedonkeruutapaa tai tietolähdettä käytetäänkin, tulisi olla tiedossa ulkomaisten matkailijoiden perusjoukko, josta tieto kerätään. Tällaista tietoaainestoa ei Suomessa kerätä kattavasti eikä sitä ole saatavilla eri tilastoja yhdistelemällä. Matkailijamääriä kuvaavista tilastoista puuttuvat mm. rekisteröityjen majoitusliikkeiden ulkopuolella yöpyvät ja päiväkävijät kansallisuksittain. Perustieto ulkomaisten matkailijoiden kokonaismäärästä ja kansallisuusjakaumasta on olennainen osa otospohjaisten tilastojen kokonaiskuvan ja luotettavuuden muodostamisessa.

Taulukkoon 7 on koottu yhteenveto siitä, mitä tietoja eri tiedonkeruutavoilla ja lähteillä voidaan saada. Lista ei kuitenkaan ole kattava, sillä esimerkiksi haastatteluilla ja kyselyillä voidaan periaatteessa kysyä lähes mitä vain. Lisäksi taulukkoon on koottu tiedonkeruutapoihin ja tietolähteisiin liittyviä vahvuuksia ja heikkouksia. Jäljempänä on käsitelty jokaista tiedonkeruutapaa ja tietolähdettä tarkemmin.

Taulukko 7. Yhteenveto erilaisten tiedonkeruutapojen ja -aineistojen vahvuuksista ja heikkouksista ulkomaisten matkailijoiden rahankäytön ja matkustuskäyttäytymisen tarkastelussa.

	Mitä tietoa ulkomaisista matkailijoista saadaan?	+	-
Haastattelut	Matkailijamäärät, matkakohteet, rahankäyttö, matkailijoiden arvot ja asenteet, matkatyytyväisyys	Luotettavuus, toistettavuus, vertailtavuus, joustavuus (lisäkysymykset ja tarkentavat kysymykset)	Suuret kustannukset, aikaavievä menetelmä, tulokset tulevat viiveellä
Kyselyt	Matkakohteet, matkailijoiden liikkuminen, rahankäyttö, matkatyytyväisyys	Ajallisesti ja paikallisesti tietoa nopeasti	Otannan määrittäminen, vastaajien rekrytointi, toteuttamisesta koko Suomen tasolla ei kokemusta
Mobiilidata	Matkailijoiden liikkuminen, matkailijamäärien kehitys kohteissa, mutta ei matkailijamäärät	Ajallinen ja paikallinen vertailtavuus, nopea tiedon saanti	Ulkomaisia matkailijoita koskevaa dataa saadaan tällä hetkellä vain yhdeltä operaattorilta, jolloin otos on vinoutunut.

	Mitä tietoa ulkomaisista matkailijoista saadaan?	+	-
Maksukorttidata	Rahankäytön kohteet ja kehitys	Nopeaa kehitystietoa, ei perustu vastaajan muistitietoon rahankäytöstä	Tiedon saatavuus ja tietosuojakäytännöt
Yritystiedot	Matkailijamäärät, rahankäyttö	Olemassa olevaa, jopa päivittäistä tietoa	Tiedon saatavuus ja yhdenmukaisuus
Kulutustutkimusten tietokannat	Yksityinen kulutus ja tuotteittain käytetty rahamäärä	Tarkkaa tietoa kulutuksesta tuotetasolla	Tietoa vain eurooppalaisten kulutuksesta, tietoa ei pysty kohdentamaan ulkomailla (kohdemaassa kuten Suomessa) tehtyihin ostoihin

3.2.1 Haastattelut

Ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttöä ja matkustuskäyttäytymistä on Suomessa toistaiseksi selvitetty haastattelututkimuksilla. Haastattelututkimusten käytännöt ovat vakiintuneet ja kehittyneet vuosien kuluessa. Tutkimus on tehty haastattele-malla raja-asemilla lähteviä ulkomaisia matkailijoita. Haastatteluja voitaisiin kuitenkin tehdä raja-asemien lisäksi mm. matkailukohteissa, majoitusliikkeissä, matkai-luneuvonnassa ja yleisemminkin kaikkialla, missä liikkuu ulkomaisia matkailijoita. Tutkimus voidaan suorittaa henkilökohtaisesti haastatteleamalla tai pyytämällä matkailijaa itse täyttämään lomake.

Haastatteluja voidaan tehdä myös syvähaastatteluina. **Syvähaastatteluilla** ei saada yleistettävää tulosta ulkomaisten matkailijoiden rahankäytöstä, mutta niiden kautta saadaan kvalitatiivista tietoa matkailijoista ja esimerkiksi parempaa **ymmärrystä matkailijoiden arvoista ja asenteista**. Syvähaastattelut vaativat enemmän aikaa mitä tällä hetkellä rajalla tapahtuva haastattelu mahdollistaa, mutta esimerkiksi Tanskassa Guest Survey -haastatteluja tehdään majoitusliikkeissä.

Haastattelututkimus on toistettavissa ja vuosittain sekä alueittain vertailtavissa. Lomakkeen sisällöllä voidaan vaikuttaa saatavaan tietoon ja haastattelut mahdollis-tavat alueittaisia tai ajoittaisia lisäkysymyksiä. Haastatteluissa voidaan myös esittää avoimia ja tarkentavia kysymyksiä.

Haastatteluja pidetään edelleen luotettavimpana tapana saada **tietoa rahankäy-töstä** koko laajuudellaan. Haastattelututkimukset ovat kuitenkin hyvin raskaita

toteuttaa ja riittävän suurten otosten aikaansaamiseksi niiden kustannukset nousevat suuriksi. Otosten pienentäminen mahdollistaa alhaisemmat kustannukset, mutta tällöin tutkimusten tarkkuus heikkenee. Ratkaisuna voi olla useamman vuoden tietojen yhdistäminen. Tiedot valmistuvat kuitenkin viiveellä jo nykyisessä, yhtä vuotta tarkastelevassa mallissa, ja toimijoiden (esimerkiksi matkailun alueorganisaatiot ja Visit Finland) tarpeeseen nähden usein liian hitaasti.

3.2.2 Kyselyt

Kyselyillä voidaan kerätä saada samanlaista tietoa kuin haastatteluilla, mutta kun kyse on ulkomaisista matkailijoista, on heidän tavoittamisensa vaikeaa. Perusjoukkoa ei tunneta etukäteen, eikä tiedossa ole kyselyyn vastaajiksi toivottavien henkilöiden yhteystietoja. Useilla kansainvälisesti toimivilla yrityksillä (esimerkiksi Kantar) on erilaisia vastaajapaneelleja, joiden avulla kysely olisi mahdollista toteuttaa, mutta näiden avulla ei todennäköisesti tavoiteta riittävää määrää Suomessa käyneitä matkailijoita, mikä on tutkimuksen tuloksen kannalta oleellista. Paneelien käyttö voi kuitenkin olla potentiaalinen tiedonkeruutapa esimerkiksi kartoitettaessa potentiaalisia matkailijoita.

Kysely edellyttää tutkimukseen osallistuvien rekrytointia, joka voidaan tehdä kaikissa niissä paikoissa, joissa ulkomaisia matkailijoita tavoitetaan. Kyselylinkkiä voidaan jakaa esimerkiksi majoitusliikkeissä, matkailuneuvonnassa tai tapahtumissa. Mahdollista on myös hyödyntää palveluntarjoajien asiakasrekistereitä. Vastaamiseen voidaan käyttää erilaisia kannustumia (esimerkiksi ”auta meitä kehittämään ja osallistu arvontaan”). Kyselytutkimuksessa vastaajien edustavuus voi olla vinoutunut, jos tavoitetaan vain henkilöitä, jotka ovat innokkaita vastaamaan (digitaalisiin) kyselyihin. Yksittäisissä tapahtumissa tehtyjen rinnakkaisten toteutusten perusteella otannan edustavuus on haastatteluissa ollut parempi kuin kyselyissä.

Kyselyillä voidaan saada **ajallisesti ja paikallisesti tarkkaa tietoa matkailijoiden rahankäytöstä** ja matkustuskäyttäytymisestä esimerkiksi tapahtumien yhteydessä tai tiettyssä matkakohteessa. Tällainen lyhyen aikavälin tieto tietyllä rajallisella alueella on myös nopeasti julkaistavissa, ja jatkuvalla kyselyllä voidaan selvittää esimerkiksi matkailijoiden rahankäyttöä kohteessa päivittäistasolla. Ulkomaiden matkailijoiden rahankäyttöä ja matkustuskäyttäytymistä koskevia kyselytutkimuksia tehdään Suomessa jo paikallisesti yksittäisissä tapahtumissa, ja esimerkiksi Tampereella on vireillä Visit Finlandin kanssa pilottihanke, jossa kyselydatan

hyödyntämistä kehitetään SalmiPlatformin kanssa, mutta vielä kyselyjä ei tehdä koko maata kattavasti.

3.2.3 Mobiilidata

Mobiilidata eli teleoperaattoriaineistot tai teletunnistetiedot edustavat ns. kovaa suoraa dataa, jota saadaan käyttöön digitaalisesti ja ilman, että joudutaan kysymään matkailijoilta. Mobiilidatasta saadaan ensi sijassa tietoa, **missä matkailijat liikkuvat** ja missä he viettävät aikaa Suomessa. Tietoa saadaan myös liikkumisen muutoksista ja kehityksestä. Sen sijaan mobiilidata ei pysty vastaamaan esimerkiksi rahankäyttöä tai matkailijoiden arvoja ja asenteita koskeviin kysymyksiin. Mobiilidatalla ei myöskään vielä pystytä kertomaan ulkomaisten matkailijoiden kokonaismääriä Suomessa.

Tällä hetkellä mobiilidataa saadaan käyttöön Telialta ja Elisalta, mutta tiedot koskevat suomalaisen matkapuhelinliittymän omaavia matkailijoita. Matkapuhelinliittymien pohjalta saatu tieto voidaan yleistää laajennuskertoimien avulla koko väestöä koskevaksi. Sen sijaan ulkomaisten matkailijoiden osalta tiedot ovat puutteellisia. Ulkomaisista matkailijoista saadaan tietoa tällä hetkellä vain Telialta. Yhden operaattorin otos on vinoutunut, koska eri maiden operaattoreilla on omat sopimussensa suomalaisten operaattoreiden kanssa. Pyrkimyksenä on selvittää, voidaanko vinoumaa jollakin tavalla korjata. Vinoumaa aiheuttanee myös se, ettei mobiilidatalla myöskään saada kiinni niitä matkailijoita, jotka eivät matkalla ollessaan käytä matkapuhelintaan.

Tilastokeskus tekee yhteistyötä operaattoreiden kanssa, ja visiona on, että kaikilta operaattoreilta saataisiin tietoja ulkomaisten matkailijoiden liikkumisesta Suomessa. Työ on vielä kesken. Haasteena ovat myös tietosuojarajoitukset, sillä nykyisellä lainsäädännöllä voidaan saada vain valmiita yhteenvetoja, siten että yksittäisiä henkilöitä tai pieniä ryhmiä ei ole mahdollista tunnistaa tiedoista. Tutkijoiden käyttöön ei siis ole saatavilla raakadataa.

3.2.4 Maksukorttidata

Suomessa ei ole tällä hetkellä saatavissa kattavasti maksukorttidataa (tai maksukorttiaineistoa) matkailijoiden rahankäytöstä. Tilastokeskus saa Suomen Pankilta maksukorttiaineistoa tausta-aineistoksi tilastoihinsa, mutta aineisto ei ole julkisesti

käytettävissä. Aineistossa on Tilastokeskuksen mukaan ollut myös joitakin laatuongelmia, esimerkiksi tiedot vaihtelevat vuosittain hyvin paljon, eikä syitä tähän ole täysin pystytty selvittämään.

Maksukorttiyhtiöiltä voi saada kehitystietoa korttistoista. Tietosuojalaki rajoittaa kuitenkin tietojen luovuttamista eikä rahankäytöstä saa summatietoja. Maksukorttidata ei myöskään edusta kattavasti ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttöä, koska se jättää piiloon muut maksutavat eli mm. käteisostot, mobiilimaksut ja ennakkomaksut, jotka joissakin matkustajaryhmissä ovat hyvinkin suuret. Maksukorttiedoista ei pystytty selvittämään matkustajan profiilitietoja muutoin kuin kansalaisuuden osalta. Matkakorttidataa on kuitenkin saatavilla nopeasti ja sen avulla voidaan kuvata **rahankäytössä ja rahankäytön kohteissa tapahtunutta kehitystä**. Maksukorttidata mahdollistaa rahankäytön seurannan toteutuneen käytön mukaisesti ja poistaa siten kyselyissä ja haastatteluissa esille nousevaa haastetta perustaa tieto vastaajan muistitietoon rahankäytöstä.

Maksukorttidataa voitaisiin hyödyntää haastattelujen tukena myös, jos haastateltavilta kerättäisiin kuitti- tai tilitietoja. Vaikka tietosuojakäytännöt voivat rajoittaa tätä mahdollisuutta, on tämä teoriassa mahdollista ainakin kotimaanmatkailijoiden osalta. Ulkomaisten matkailijoiden osalta tilitietojen tai kuittiaineiston kerääminen voi olla vaikeampaa.

3.2.5 Yritystiedot

Matkailuyrityksillä ja matkailualaa palvelevilla yrityksillä on huomattavan paljon asiakastietoa, jota voisi hyödyntää ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttöä ja matkustuskäyttäytymistä koskevassa tutkimuksessa. Yrityksillä on myös suora kosketuspinta asiakkaisiinsa, mikä mahdollistaa lisätiedon keräämisen. Jotta näitä tietoja pystyttäisiin hyödyntämään, tietojen pitäisi olla yhteneväisessä muodossa ja yritysten halukkaita keräämään ja jakamaan tietoja.

Benchmarking Alliance on kehittänyt järjestelmän, johon järjestelmän käyttöönsä ottaneet hotellit keräävät päiväkohtaista majoitusdataa esimerkiksi yöpymisten lukumääristä ja huonehinnoista. Tällä päästään ajallisesti hyvin tarkalle tasolle **yöpymismäärien kehityksen** kuvauksessa, joskin kansalaisuusprofilointi vielä puuttuu järjestelmästä. Järjestelmää on kehitetty laajentumaan hotellien ohella myös ravintolatoimintaan, mutta siinä ei olla vielä edetty riittävästi. Yrityksiltä kerättävillä

tiedoilla ei siis nykyjärjestelmässä vielä saada selville ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttöä, mutta saatavilla on päiväkohtaista tietoa yöpymismäärien kehityksestä ja järjestelmää pyritään kehittämään edelleen ja laajentamaan muille toimialoille (esimerkiksi ravintolat).

Rekisteröidyissä majoitusliikkeissä täytettävä **matkustajailmoitus** on myös tapa kerätä tietoa matkailijoista. Digitaalisen matkustajailmoituksen käyttöönotto nopeuttaisi prosessia saada tietoa nopeammin eri toimijoiden hyödynnettäväksi. Jos matkustajailmoituksen kysymyksiä laajennettaisiin, majoittautuneita koskeva tietomäärä kasvaisi. Koska matkustajailmoitus on lakisääteinen, tiedot saadaan kattavasti rekisteröidyistä majoitusliikkeistä. Tiedon ulkopuolelle jäävät kuitenkin esimerkiksi muissa kuin rekisteröidyissä majoitusliikkeissä yöpyvät matkailijat, liikennevälineissä yöpyvät matkailijat sekä päiväkävijät.

Matkailijoita koskevaa tietoa on myös mm. **varustamoilla ja lentoyhtiöillä sekä satamissa, lentokentillä ja raja-asemilla**. Esimerkiksi raja-asemilla voisi tietosuojakäytännöt huomioiden hyödyntää ajoneuvojen rekisterinumeroita matkailijamääriä koskevaan tiedonkeruuseen. Tämä edellyttäisi rekisterinumeroiden kansallisuustunusten keräämistä raja-asemilla ja näiden tietojen luovuttamista tutkimuskäyttöön.

Haasteena on motivoida muut kuin datasta liiketoimintaa tekevät yritykset keräämään dataa omaa välitöntä tiedontarvettaan laajemmin. Aineiston keruun aikana esille nousi esimerkiksi verotuksen raportoinnin kehittäminen yhtenä tiedonkeruuta edistävänä toimenpiteenä: arvonlisäveroilmoituksella kerättäviä tietoja voisi laajentaa ja syventää. Monet matkailuyritykset ovat hakeneet toimintansa tueksi rahoitusta mm. ELY-keskuksesta, Finnverasta tai rakennerahastoista. Aineiston keruun aikana nousi esille myös pohdintaa, voisiko rahoituspäätöksen ehtoihin liittää velvollisuus jakaa yrityksen toimintaa koskevaa tietoa yhteiseen järjestelmään. Järjestelmästä tai sen ylläpitäjästä ei käyty kuitenkaan tarkempaa keskustelua.

3.2.6 Kulutustutkimusten tietokannat

Markkinatutkimuslaitokset (kuten A.C. Nielsen) keräävät erilaista kulutuskäyttäytymistä ja tuotemyyntiä koskevaa tietoa. Aineistojen käytettävyyys vaihtelee suuresti, eikä niistä saada kokonaiskuvaa matkailijoiden rahankäytöstä, koska tiedot kattavat vain yksittäisiä tuoteryhmiä tai palveluita eikä matkailijoita luokitella erikseen. Markkinatutkimuslaitosten kokoamat tiedot ovat pääsääntöisesti maksullista aineistoa.

Euroopan unionin alueella tehdään maakohtaisia kulutustutkimuksia, jotka kuuluvat EU:n harmonisoituihin tutkimuksiin. Tiedonkeruu kulutustutkimuksessa on tuoteryhmätasolla tarkkaa ja kattavaa, mikä mahdollistaa kulutuksen rakenteen vertailun eri maiden kesken. Suomen Tilastokeskus julkaisee kulutustutkimusta noin neljän vuoden välein ja siinä kuvataan suomalaisten kuluttajien rahankäyttöä yksityiskohtaisesti sadoissa eri tuoteryhmissä. Eurostat kerää vastaavaa tietoa ja yhteisöllä tuoteryhmätasolla muistakin Euroopan unionin ja Euroopan maista. Kulutustutkimusten tiedoilla saadaan yksityiskohtaista ja luotettavaa tietoa kansalaisten rahankäytöstä tuotteiden ja palveluiden ostosta. Tätä tietoa ei kuitenkaan suoraan pysty kohdentamaan ulkomailla tehtyihin ostoihin.

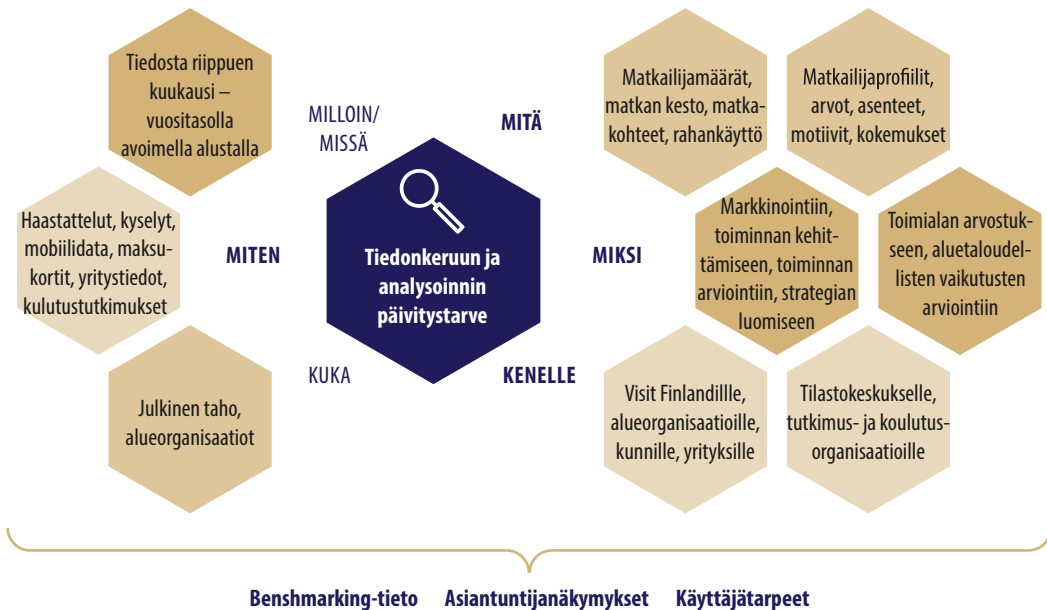
Kulutustutkimuksen tiedon keruu perustuu kuluttajien pitämään päivittäiseen kulkuskirjanpitoon ja tositeaineistoon. Näistä kootut kulutustutkimuksen aineistot ovat julkisia tilastoja, ja näitä tietoja on käytetty mm. kaupan ja palveluiden ostovoiman arvioinnissa yli 30 vuotta.

Matkailijoiden lähtömaiden kulutustutkimusten avulla lienee mahdollista mallintaa matkailijoiden rahankäytön kohdentumista ja rahankäyttötasoa. Kulutustutkimuksista saadaan tarkkaa tietoa ainakin eurooppalaisten kuluttajien rahankäytön painotuksista eri tuoteryhmiin suhteessa heidän käytettävissä oleviin tuloihinsa. Tämä voi antaa lisätietoa siitä, mihin eri maalaiset matkailijat haluavat kohdistaa kulutustaan matkansa aikana.

4 Johtopäätökset

Ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttöä ja matkustuskäyttäytymistä koskeva tieto on matkailutoimijoille ja matkailun kehittämismahdollisuuksille erittäin tärkeää. Tietoa tarvitaan matkailumarkkinoinnin kohdentamiseen, matkailupalveluiden kehittämiseen sekä strategioiden ja visioiden laadintaan ja arviointiin. Lisäksi tietoa tarvitaan matkailualan merkityksen arviointiin ja matkailun aluetaloudellisten vaikutusten laskentaan. Ulkomaisia matkailijoita koskevaa tietoa hyödyntävät mm. Visit Finland, Tilastokeskus, matkailun alueorganisaatiot, kunnat, tutkimus- ja oppilaitokset, matkailuyritykset sekä tiedon jatkojalostamista ja -hallintaa tekevät yritykset. Kuviossa 7 esitetään keskeisimmät johtopäätökset ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttöä ja matkustuskäyttäytymistä koskevan tutkimuksen toteuttamiseksi jatkossa.

Kuvio 7. Johtopäätöksiä ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttöä ja matkustuskäyttäytymistä koskevan tutkimusasetelman laadintaan.



Ulkomaisista matkailijoista tarvitaan paljon erilaista tietoa. Merkittävimmät tiedontarpeet koskevat **matkailijamääriä, matkan kestoa, matkakohteita sekä**

rahankäyttöä. Näiden lisäksi on tarvetta saada tietoa **matkustuskokemuksesta** ja -tyytyväisyydestä sekä syvällistä tietoa **matkailijoiden profiileista**, arvoista ja asenteista, millaisia matkailijoita Suomi houkuttelee.

Matkailijoita koskevan tiedon halutaan olevan saatavilla helposti ja mielellään **keskitetysti yhdestä paikasta**. Tarve on saada matkailijoista koskevaa tietoa nopeasti kokonaiskuvan hahmottamiseksi, mutta kokonaistiedosta on tarve pystyä erottelmaan helposti omaa kiinnostusta ja tarvetta koskeva tieto. Tarvetta on **valmiille raporteille ja kehitysnäkymille sekä raakadatalle**.

Olemassa oleva ulkomaisten matkailijoiden matkustuskäyttäytymistä ja rahankäyttöä koskeva tutkimusasetelma on edelleen validi, mutta sitä halutaan kehittää. Tarve on käyttää useampia tiedonkeruumenetelmiä ja tietolähteitä. **Haastattelut** ovat tällä hetkellä vielä käyttökelpoisin tapa kerätä tietoa ulkomaisten matkailijoiden rahankäytöstä. Myös benchmarking-selvitys tukee tätä havaintoa. Haastatteluista saatavaa tietoa voidaan kuitenkin täydentää sisällöllisesti, ajallisesti ja alueellisesti mm. **kyselyillä ja syvähaastatteluilla**. Lisäksi tietoa voidaan kerätä **mobiili- ja maksukorttidatasta sekä olemassa olevista tilastoista**. Myös **yrittäjillä** on tietoa omista asiakkaistaan. Yksikään tiedonkeruutapa tai tietolähde ei pysty vastaamaan kaikkiin esille nousseisiin tietotarpeisiin. Jokaisessa tiedonkeruutavassa on lisäksi erilaiset mahdollisuudet ja haasteet tiedonkeruun toteuttamisessa ja tuloksena olevan tiedon hyödyntämisessä.

Haastatteluiden ja kyselyiden avulla voidaan saada kohtalaisen kattavasti tietoa matkustuskäyttäytymisestä sekä matkailijoiden rahankäytöstä. Tuloksia voidaan saada nopeasti, kun kyse on rajatusta alueesta tai lyhyestä ajankohdasta. Tulosten tarkkuus ja luotettavuus riippuu otoksesta, jonka määrittäminen on haastavaa joutuessaan ulkomaisten matkailijoiden kokonaismäärää kuvaavan tiedon tämän hetkestä vakaavuudesta.

Mobiilidatan avulla saadaan tietoa matkailijoiden liikkumisesta Suomessa. Maksukorttidatasta voidaan saada tietoa matkailijoiden rahankäytön kehityksestä. Kumpikaan lähteistä ei pysty kattavasti kuvaamaan ulkomaisten matkailijoiden matkustuskäyttäytymistä tai rahankäyttöä. Myös benchmarking-selvitys osoitti, että näissä tiedonkeruuntavoissa on vielä haasteita. Molemmilla tietolähteillä pystytään kuitenkin nopealla aikataululla täydentämään ulkomaisia matkailijoita koskevan tiedon kokonaiskuvaa ja kehitystä. Yritystiedon ja olemassa olevien tietokantojen

käyttäminen ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttöä ja matkustuskäyttäytymistä kuvaavana tietolähteenä edellyttää vielä jatkokehitystä, jotta niitä pystyttäisiin kattavasti hyödyntämään.

Kuvio 8. Ensijaiset tietotarpeet sekä tiedonkeruutavat ja tietolähteet ulkomaisten matkailijoiden rahankäytön ja matkustuskäyttäytymisen selvittämiseksi.



Koska ulkomaisia matkailijoita koskeva tiedontarve riippuu tiedon hyödyntäjästä ja koska erilaisilla tiedonkeruutavoilla voidaan vastata erilaisiin tarpeisiin, käytetään jo nyt ulkomaisia matkailijoita koskevan tiedon tuottamiseen **useita tietolähteitä**. Koska yhdestä tietolähteestä ei pystytä saamaan kaikkea tarvittavaa ja relevantiksi määriteltävää tietoa, tulee tietoa yhdistää eri tietolähteistä. Kuviossa 8 on esitetty, mitä tietoa erilaisilla tiedonkeruutavoilla ja tietolähteillä ensisijaisesti saadaan. Ulkomaisten matkailijoiden rahankäytön ja matkustuskäyttäytymisen selvittämiseksi on tarve luoda erilaisista tiedonkeruutavoista ja tietolähteistä **yhdistelmäratkaisu**

tiedontuotannolle, kerätä tieto yhdenmukaisena ja vertailukelpoisena sekä varmistaa tiedon saatavuus yhdestä paikasta. Mikäli tiedontuotannossa painotetaan jatkossakin haastattelututkimusta, on varmistettava, että haastatteluilla koottavaa tietoa voidaan täydentää muilla lähteillä.

Tiedot toivotaan julkaistavan **yhteisellä tietopalustalla**, jossa tietoja pystyy suodattamaan. Osa tiedoista voi olla kaikille avointa, osa maksullista. Työn aikana on noussut esille ehdotus, että tietojen keruun kustannuksiin osallistumalla toimija voisi saada tarkempaa itseä kiinnostavaa tietoa. Tietoa toivotaan saatavan nopealla syklillä, rahankäyttötietoa neljännesvuosittain/kausittain (esimerkiksi talvikausi) ja matkailijamääriä, yöpymisiä ja liikkumista koskevia tietoja joissakin tapauksissa jopa päivätasolla. Myös tulevaisuuteen orientoitunut tieto on tärkeä osa kokonaisuutta.

5 Suositukset

Nykyinen ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttöä ja matkustuskäyttäytymistä koskeva tutkimusasetelma Suomessa on pääpiirteittäin validi, mutta vaatii kehittämistä ja täydentämistä. Tutkimusasetelman laadinnassa on otettava huomioon, että tiedon käyttämiseen liittyvät tavat ja tiedon tarpeet vaihtelevat paljon tiedon käyttäjien mukaan sekä myös eri aluetasoilla (valtakunnallinen taso vs. alueellinen käyttötarve). Lisäksi tietoa tarvitaan sekä strategiseen että taktiseen päätöksentekoon.

Kun ulkomaisia matkailijoita koskevaa tutkimusasetelmaa tarkastellaan jatkossa ja päätetään mahdollisista uusista tutkimuksen toteuttamisen tavoista, tulee ottaa huomioon tiedon käyttämisen yleinen perimmäinen motiivi: **miten voimme kasvattaa ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttöä (matkailutulo) Suomessa**. Tämä vaatii ymmärrystä mm. siitä, mistä maasta, minkälaisilta kohderyhmiltä ja milloin (esimerkiksi kuukausitasolla) raha Suomeen erityisesti tuloutuu. Tutkimusasetelman päivittämiseen on rahankäytön kasvattamisen vipuvarsin lisäksi nousut myös tarkempi tiedontarve matkailijaprofiileista liittyen matkailijoiden arvoihin, matkustamiseen sekä kokemuksiin ja tuntemuksiin matkan aikana.

Tutkimusasetelmaa laadittaessa tulee määritellä, mikä on jatkossa kohderyhmä, josta tietoja tarvitaan, ja miten ulkomaisten matkailijoiden joukko määritellään. Tässä yhteydessä tulee tarkastella, miten opiskelijat, kausityöntekijät ja muut pidemmän aikaa Suomessa viettävät matkailijat otetaan huomioon tutkimuksessa. Tilastokeskus tarvitsee näitä tietoja tilastoihinsa, sen sijaan monet muut toimijat (kuten matkailuyritykset ja matkailun alueorganisaatiot) haluavat jättää nämä ryhmät tiedonkeruun ulkopuolelle. Matkailijan määritelmän ohella tulee tarkastella, mistä saadaan tutkimuksen perusjoukko, josta otos tehdään. Koska perusjoukko ei ole tiedossa etukäteen, se muotoutuu tutkimusta tehdessä.

Kuvio 9. Yhteenveto tutkimusasetelmaan ehdotetusta hybridimallista ja tietojen julkaisusta.



Työn tuloksena ehdotetaan kuviossa 9 kuvattua **hybridimallia** ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttöä ja matkustuskäyttäytymistä koskevan tiedon keruuseen ja

yhteistä avointa tietoaalustaa tietojen julkaisuun. Luvussa esiteltävät suositukset on laadittu raportin työstämisprosessin vaiheiden (kuvio 2) pohjalta. Raportti on luonteeltaan esiselvitys ja lopullisen tutkimusasetelman laadinta edellyttää tarkempaa jatkoselvitystä mm. käytettävissä olevista menetelmistä, niiden kustannuksista ja tutkimuksen rahoituksesta.

5.1 Mitä tietoa tulisi kerätä?

Tiedon lopullinen käyttötarkoitus ratkaisee sen, mitä tietoa tulisi kerätä. Tämä selvitys on lähtenyt liikkeelle siitä, että Suomessa tarvitaan aiempaa syvällisempää ymmärrystä siitä, miten ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttöä Suomessa voidaan kasvattaa. Ymmärryksen lisäämiseksi tietoa tarvitaan ulkomaisten matkailijoiden matkustuskäyttäytymisestä ja rahankäytöstä sekä rahankäyttöön vaikuttavista tekijöistä. Ulkomaisia matkailijoita koskevaa tietoa tarvitaan koko Suomen tasolla, mutta myös aluetasolla, mikä pitää mm. otosta suunniteltaessa ottaa huomioon.

Tutkimuksessa tietoa tulee kerätä **matkailijamääristä ja matkan kestosta sekä matkakohteista** ja matkailijoiden liikkumisesta Suomessa. Matkailijamääristä saadaan jo nyt osittain tietoa majoitustilaston kautta ja yöpymisiä koskeva tieto tulee täydentymään, kun Eurostat alkaa julkaista kuukausitason tietoa lyhytaikaisesta vuokramajoituksesta Euroopan maiden ja alueiden tasolla. Tilastokeskuksen Majoitustilasto ja Eurostatin tilastot eivät kuitenkaan kata koko tietotarvetta, koska yöpyvät matkailijat eivät kuvaa koko matkailijajoukkoa vaan esimerkiksi päiväkävijät jäävät näiden tilastojen ulkopuolelle.

Rahankäyttötietoa tulee kerätä **alueellisesti ja tuoteryhmittäin**. Tämän lisäksi palveluiden ja nähtävyyksien käyttö on ainakin aluetasolla kiinnostava lisätieto, samalla tavalla mitä palvelutyytyväisyys, jonka kehityksen seuraaminen toisi eväitä palveluiden kehittämiseen. Rahankäyttöä selittävää tietoa, jota tulisi kerätä ovat mm. **matkan tyyppi** (esim. ostosmatka, kulttuurimatka, työmatka, konferenssimatka, luontomatka, tuttavien luona käynti) sekä matkailijoiden arvot ja asenteet. Kerättyä tietoa tulee voida analysoida myös **kansalaisuuksittain** sekä **matkan tarkoituksen** mukaan. Tiedon tarpeen osalta korostuvat aikaisempaa enemmän matkailijaprofiiliin liittyvät tiedot mm. **arvot, asenteet, motiivit, kokemukset ja tuntemukset**. Myös matkustus- ja palvelutyytyväisyys on tärkeä tieto.

Tämä työ on esiselvitys siitä, minkälainen tutkimusasetelma tarvitaan kuvaamaan ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttöä ja matkustuskäyttäytymistä Suomessa. Tutkimusasetelmaa laadittaessa on kuitenkin tärkeää ottaa huomioon, että tiedontarve koskee ulkomaisten matkailijoiden ohella myös kotimaanmatkailijoita. Toiveena on, että tiedot ovat keskenään vertailukelpoisia, jotta saadaan kokonaiskuva koko matkailusta.

Mitä tietoa tulisi kerätä?

Matkustuskäyttäytymiseen ja rahankäyttöön liittyvät tiedot

- matkailijamäärät
- matkan kesto
- matkakohteet ja matkailijoiden liikkuminen
- rahankäyttö alueittain
- rahankäyttö tuoteryhmittäin
- palveluiden käyttö

Selittävät matkailijaprofiilitiedot

- matkan tyyppi
- kansalaisuudet
- matkan tarkoitus
- arvot, asenteet, motiivit
- tuntemukset ja kokemukset matkan aikana
- matkustustyytyväisyys, palvelutyytyväisyys

Jatkoselvitystarpeet työn tulosten pohjalta

- Mikä on tarvittava ja käyttökelpoinen aluejako?
- Mitkä ovat alue- tai toimijakohtaiset erityistarpeet, joita voidaan yhdistää tutkimukseen esimerkiksi erillisrahoituksella?
- Miten opiskelijat, kausityöntekijät ja muut pidemmän aikaa Suomessa viettävät matkailijat otetaan mukaan tutkimukseen? (Tilastokeskus tarvitsee näitä tietoja)
- Onko jotain muuta tietoa, mikä hyödyttäisi rahankäyttöön liittyvien vipuvarsiens selvittämisessä?
- kotimaanmatkailijoiden ja ulkomaisten matkailijoiden tietojen yhtenäistäminen

5.2 Mitä tiedonkeruutapoja ja tietolähteitä tulisi käyttää?

Tähän mennessä ulkomaisten matkailijoiden rahankäytön ja matkustuskäyttäytymisen seuranta on pohjautunut haastattelututkimuksiin Suomen raja-asemilla. Myös tätä työtä varten tarkastelluissa vertailumaissa matkailijoiden rahankäyttötutkimukset pohjautuvat edelleen suurelta osin haastatteluihin, osa rajalla toteutettaviin, mutta haastatteluja tehdään myös mm. majoitusliikkeissä, ostoskeskuksissa, liikennevälineissä ja teillä.

Haastattelututkimus on edelleen käyttökelpoinen tapa selvittää ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttöä tuotetasolla kansalaisuuksittain sekä matkantarkoituksen ja matkatyyppin huomioiden kattavasti koko Suomessa. Haastattelututkimusten käytännöt ovat vakiintuneet ja kehittyneet vuosien kuluessa. Haastattelututkimus on kuitenkin hyvin raskas toteuttaa ja riittävän otoksen aikaansaamiseksi tutkimuskustannus nousee suureksi. Otosten pienentäminen mahdollistaa kustannustason alentumisen, mutta tällöin tutkimuksen tarkkuus ja yleistettävyyys heikkenevät.

Yhteinen näkemys tiedon tuottajien ja käyttäjien keskuudessa on, että **ulkomaisten matkailijoiden rahankäytön ja sitä selittävän matkustuskäyttäytymisen selvittämisessä pitäisi yhdistää eri tiedonkeruutapoja ja tietolähteitä**. Haastattelututkimuksen rinnalla tarvitaan muita tiedonkeruutapoja, jotta pystytään nykyistä paremmin vastaamaan tiedon hyödyntäjien kokonaistarpeisiin.

Jotta tietoa saataisiin **alueittain kattavasti**, edellyttää se riittävää alueellista otosta. Alueittaiseen tarkempaan ulkomaisten matkailijoiden rahankäytön ja matkustuskäyttäytymisen kuvaamiseen voidaan hyödyntää alue- tai kohdekohtaisia kyselyitä tai haastatteluja, joilla tuloksia saadaan kansallisen rajahaastattelututkimuksen tuloksia nopeammin.

Rajahaastattelujen ohella voidaan muissa ulkomaisten matkailijoiden suosimissa paikoissa (esimerkiksi majoitusliikkeissä) toteuttaa syvähaastatteluja, joilla saadaan **syvällistä profiilitietoa** matkailijoiden kulutusmieltymyksistä, arvoista, kokemuksista ja tuntemuksista.

Haastattelututkimuksen aineistoa **voidaan täydentää myös mm. mobiili-, maksukortti- ja yritystiedoilla**. Ne ovat kuitenkin edelleen vain täydentäviä tietolähteitä.

Niiden avulla ei saada vielä kattavasti tietoa ulkomaisten matkailijoiden rahankäytöstä tai matkustuskäyttäytymisestä koko laajuudellaan. Mobiilidatalla voidaan matkailijoiden liikkumista Suomessa selvittää haastattelututkimusta tarkemmin ja nopeammin, mutta matkailijamääriä ei vielä saada mobiilidatalla kattavasti. Luottokorttidatalla voidaan saada rahankäytön tuotekohtaista kehitystietoa. Yritystietoja kokoamalla voidaan saada tarkentavaa tietoa matkailijamääristä ja heidän rahankäytöstään palveluihin ja tuotteisiin. Kulutustutkimusten tietoja on mahdollista hyödyntää matkailijoiden rahankäytön potentiaalin arvioimiseen. Näillä kaikilla tiedolla voidaan täydentää ja tarkentaa haastattelututkimuksen tietoja, mutta mikään näistä tietolähteistä ei yksinään riitä ulkomaisten rahankäytön tiedon kuvaamiseen.

Koska yksi tiedonkeruutapa tai tietolähde ei yksin ratkaise kaikkea ulkomaisia matkailijoita koskevaa tiedontarvetta, suositellaan tutkimusasetelmassa sovellettavan **hybridimallia**. Mallissa haastattelututkimus muodostaa lähtökohdan kansallisen tiedon keruulle, ja muilla tiedonkeruutavoilla ja tietolähteillä saadaan tarkennettua kokonaiskuva ulkomaisten matkailijoiden liikkumisesta sekä alueellisesta rahankäytöstä haastatteluaineiston tuloksia nopeammin.

Haastattelututkimusten suuriin kustannuksiin ei hybridimallilla ole vaikutusta, ellei haastattelun otoskokoa pienennetä. Otokokoa voidaan mahdollisesti pienentää, jos hybridimallilla saadaan tutkimustiedon laatua parannettua. Nyt käytössä olevalla haastatteluaineistolla voidaan testata, miten hybridimallin avulla voidaan päästä vastaaviin tuloksiin. Hybridimallilla voidaan joka tapauksessa parantaa alueittaista tiedonsaantia, lyhentää tiedonsaannin viivettä sekä tuoda tarkentavaa tietoa matkailijaprofiileista, vaikkei sillä saataisikaan ratkaisua tutkimuksen kustannustason alentamiseen. Hybridimallin toteuttaminen vaatii edelleen lisäselvitystä mm. mobiilidatan saatavuuden sekä kustannusten osalta.

Toimiakseen hybridimalli edellyttää eri **tietolähteiden tietojen yhdistämistä vertailukelpoisiksi tuloksiksi**, mitä pidetään erittäin tärkeänä. Tutkimustulosten yhdistäminen vaatii vahvaa analyytiikkaosaamista. Tietojen yhdistämiskelpoisuus pitää ottaa huomioon jo tutkimusasetelmaa suunniteltaessa. Haastattelu- ja kyselytutkimusten tietojen yhdistäminen edellyttää yhtenäistä kysymyspatteristoa sekä haastattelu- ja kyselyrunkojen perusosien harmonisointia. Mahdollisen kovan datan kuten mobiilidatan, luottokorttitietojen ja yritystiedon saatavuus sekä kulutustutkimuksen hyödyntämisen mahdollisuus vaikuttavat siihen, miten

haastattelututkimuksen asetelma laaditaan. Näiden tietojen saatavuus ja niiden hyödyntämismahdollisuudet edellyttävät jatkoselvitystä.

Mitä tiedonkeruutapoja ja tietolähteitä tulisi käyttää?

- Hybridimalli

Heti käyttöön otettavat ja kehitettävät tiedonkeruutavat

- haastattelut
- syvähaastattelut
- alueelliset kyselyt

Täydentävät ja jatkoselvittämistä edellyttävät tietolähteet

- mobiilidata
- maksukorttidata
- yritystiedot
- kulutustutkimus

Jatkoselvitystarpeet työn tulosten pohjalta

- mobiilidatan saatavuuden selvittäminen kaikkien matkapuhelinoperaattoreiden kanssa
- maksukorttidatan saatavuuden ja käytettävyyden selvittäminen
- kulutustutkimuksen tietokantojen hyödyntämisen selvittäminen ja mahdollinen analysoinnin kehittäminen
- yritystietojen saatavuuden selvittäminen ja mahdollinen kehittäminen
- autojen rekisteritunnusten keräämisen selvittäminen raja-asemilla
- eri tiedonkeruutapojen ja tietolähteiden kustannustason selvittäminen

5.3 Miten tietoja tulisi julkaista?

Matkailualan toimijoilla on tarvetta perinteisille kirjallisille yhteenvetoraporteille, dynaamisille digitaalisille dashboardeille sekä avoimelle rajapinnalle, josta saa raakadataa käyttöön edelleen analysoitavaksi. Ulkomaisen matkailijan rahankäyttöä ja matkustamiskäyttäytymistä koskevan tiedon julkaisuun tarvitaan **yhteinen kansallinen tietoaalusta**, josta pystyy hakemaan valmiita raportteja, kaavioita ja

taulukoita, suodattamaan tarvitsemiaan tietoja sekä hakemaan raakadataa edelleen analysoitavaksi.

Kansallisen tason tiedon toivotaan olevan kaikille avointa. Sen sijaan tarkentavaa aluekohtaista tietoa tulisi olla mahdollista saada erillistilauksesta, joka olisi alueiden itsensä maksamaa. Erillistilauksesta voisi saada jossain määrin myös lisäkysymyksiä haastatteluun tai kyselyyn.

Julkaisuajankohtaan ja sykliin vaikuttaa tiedon käyttötarve. Mitä kansallisemman ja strategisemman tason tiedosta on kyse, sitä hitaampi sykli riittää. Sen sijaan esimerkiksi matkailuyritykset, matkailun alueorganisaatiot ja Visit Finland tarvitsevat kehitystietoa taktiseen päätöksentekoon hyvinkin nopeasti, esimerkiksi saman kauden (kuten kevätkaudet) aikana tai jo etukäteen (kuten varausten tai matkailijoiden kiinnostuksen osalta). Kaikkea tietoa ei kuitenkaan ole tarve tarjota kansallisella tasolla kaikille avoimena tietona.

Matkailijamääristä ja niiden kehityksestä on tarve saada jonkinlaista tietoa kuukausitasolla. Esimerkiksi Tilastokeskus (Majoitustilasto) ja Rajavartiolaitos tuottavat tätä tietoa jo kuukausittain, ja näitä tietoja voidaan hyödyntää kokonaiskuvan muodostamisessa.

Rahankäyttötietoa toivotaan julkaistavaksi kausittain tai neljännesvuosittain. Tilastokeskus esimerkiksi tarvitsee matkustustaseen laskentaan tietoja neljännesvuosittain. Päivätason tai viikkotason tiedoillekin on kysyntää tiedon hyödyntäjien keskuudessa ainakin erityistilanteissa tai tiettyjen tapahtumien aikaan, mutta resurssit tällaisen tiedon tuottamiseen kansallisella tasolla eivät liene riittäviä. Sitä vastoin matkailijoiden arvot ja asenteet eivät muutu hetkessä, joten syvällisen matkailijaprofiilitiedon julkaisuun riittänee vuositaso ja tietojen päivittäminen esimerkiksi joka toinen vuosi.

Julkaisusyklin ohella merkitsevää on se, kuinka nopeasti tulokset saadaan tiedonkeruun jälkeen käyttöön. Viiveen toivotaan olevan mahdollisimman lyhyt, jotta tieto olisi mahdollisimman oikea-aikaista ja saatava hyöty mahdollisimman suurta. Tässäkin tapauksessa mitä strategisemman tason tiedontarpeesta ja pidemmän aikavälin tiedosta on kysymys, sitä suurempi voi viive olla.

Miten tietoa tulisi julkaista?

- yhteinen alusta/tietopankki

Julkaisutavat

- yhteenvetoraportit
- dynaaminen dashboard ja automaattinen visualisointi
- tiedon suodattaminen oman tarpeen mukaan
- avoin rajapinta raakadatalle

Tiedon avoimuus

- kansalliset tiedot kaikille avointa
- tarkentavat tiedot erillistilauksella ja maksullisia
- helppokäyttöisyys

Julkaisusykli

- mitä kansallisempi ja strategisempi taso, sitä hitaampi sykli riittää
- matkailijamäärät kuukausitasolla
- rahankäyttö kausi-/neljännesvuositasolla
- profilitietoa arvoista ja asenteista vuositasolla tai joka toinen vuosi
- viive tutkimusajankohdan ja julkaisun välillä mahdollisimman lyhyt

Jatkoselvitystarpeet tulosten pohjalta

- Resurssien riittävyys: Mikä on kunkin tiedon riittävä vähimmäisjulkaisusykli?
- Mitä tietoa tarjotaan kaikille avoimena ja mitä tietoa saa erillistilauksesta?
- Raakadatan luovuttaminen, kenelle voidaan raakadataa antaa?
- Kuka on vastuussa yhteisen alustan/tietopankin luomisesta ja ylläpidosta?
- Kuka omistaa datan?

5.4 Millainen toimintamalli sopisi tekemisen taustalle?

Esitettävän hybridimallin toteuttaminen ja tarkemman tutkimusasetelman laadinta edellyttävät keskustelua ja mahdollista uudelleen määrittelyä tutkimuksen vastuutahoista. Luontevana kansallisen tason tiedon kerääjänä pidetään ministeriötä tai muuta julkista kansallista tahoa. Tärkeää on kuitenkin, että keskusteluun

hybridimallin tarkemmasta määrittelystä sekä myös kustannusten kattamiseen otetaan laajasti mukaan tiedon käyttäjiä ja hyödyntäjiä. Jokaiselle on löydettävissä oma roolinsa mallissa (kuvio 10). Tarve on myös miettiä keskusteluun mukaan otettavia muita toimialoja.

Rahoituksen osalta on yksimielisyyttä siitä, että yleisen kansallisen tason tiedon tuottamisen tulee olla julkisen kansallisen toimijan rahoittamaa. Tarkempaan alueelliseen/kohdekohtaiseen tiedon tuottamiseen tarvitaan mukaan matkailun alueorganisaatioiden ja alueellisten toimijoiden kuten kuntien rahoitusta.

Mallissa ratkaistavia kysymyksiä ovat **tiedon omistajuus, tiedon ylläpito ja säilyttäminen sekä tietotalustan kehittäminen**. Nämä liittyvät osin tutkimuksen rahoittamiseen. Jos kansallinen taho rahoittaa esimerkiksi haastattelututkimuksen, on luontevaa, että se myös omistaa datan. Yritystiedon osalta tiedon omistajuus ei välttämättä siirry rahoituksen myötä.

Tiedontuottamisessa tärkeää on **läpinäkyvyys, objektiivisuus ja datan avoimuus**. Ne parantavat jaetun tiedon ja tulosten hyväksyttävyyttä. Datan avoimuus on tärkeää tutkimuksen sekä datan pohjalta mahdollisesti tehtävän liiketoiminnan kannalta. Tärkeää mallissa on myös jatkuvuus, jotta saadaan luotettavaa ja vertailukelpoista kehitystietoa. Vertailtavuuteen liittyy myös useista lähteistä koottujen **tietojen yhtenäistäminen**, mikä edellyttää analytiikkaosaamista.

Mallin taustalle tarvitaan säännöllisesti kokoontuva **ohjausryhmä**, joka on mukana tutkimusasetelman laadinnassa ja sen kehittämisessä. Ohjausryhmätyöskentely parantaa mallin läpinäkyvyyttä ja yleistä hyväksyttävyyttä.

Tässä luvussa on mallista esitetty jotakin näkemyksiä, mutta kansallisen tason hybridimallin rakentaminen edellyttää vielä jatkoselvitystä. Mallissa on hyvä ottaa kantaa mm. rahoitukseen, tiedon omistajuuteen, ylläpitoon, säilyttämiseen ja tietotalustaan sekä tiedon julkaisuun ja tiedon avoimuuteen. **Hybridimallin kehittäminen liittyy matkailun tiedolla johtamisen kehittämiseen yleisemminkin**. Visit Finlandissa tiedolla johtaminen on raportin kirjoitushetkellä määritelty näin: ”Tiedolla johtaminen on johtamis- ja toimintatapa, jossa tietoa ja dataa kerätään, analysoidaan ja niitä tuodaan osaksi päätöksentekoprosessia. Tiedolla johdettu matkailukohde suunnittelea, toteuttaa ja johtaa toimenpiteitä tietoon pohjautuen. Tavoitteena on luoda yleisiä

tiedolla johtamisen työkaluja. Tiedolla johtamisen kehittämisessä voidaan hyödyntää mm. Gaika, Carbon Neutral Tourism -hankkeen odotettavissa olevia tuloksia.”

Työn aikana matkailun tiedolla johtamisen kehittäminen on noussut esille keskusteluissa ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttöä ja matkustuskäyttäytymistä laajemminkin. Keskusteluissa on esitetty matkailun tiedolla johtamisen kansallisen toimintamallin laatimista. Lisäksi on pidetty tärkeänä, että matkailusta Suomessa saataisiin mahdollisimman kokonaisvaltainen kuva: ulkomaisia ja kotimaisia matkailijoita koskevan tiedon tulisi olla mahdollisimman yhteneväisiä. Tietojen yhtenäistämistä helpottamaan esitettiin myös Suomen matkailun datastandardien luomista.

Kuvio 10. Menetelmätyöpajassa koottuja ehdotuksia toimijoiden vastuista, rooleista ja tehtävistä toimintamallissa.

Työ ja elinkeinoministeriö

- tiedon käyttäjä
- rahoittaja?
- kansallisen alustan ylläpitäjä/ratkaisun kilpailuttaja?
- matkailun vaikuttavuuden viestintä
- matkailun kehittämisen johtaminen
- tiedolla johtamisen kehittäminen
- toimintamallin edistäminen

Visit Finland

- koordinaattori
- yhteiskehittäjä
- tiedon käyttäjä
- rahoittaja?
- toteuttajatahon sparraaja
- kansallisen alustan ylläpitäjä/ratkaisun kilpailuttaja?
- ulkomaisia matkailijoita koskevan tutkimuksen kehittämisen tuki
- matkailun vaikuttavuuden viestintä
- benchmarking-tiedon kokoaminen

Maakunnan liitot

- tiedon käyttäjä
- aluekehitys
- maakuntakaavoitus
- tiedolla johtamisen rooli yhdessä muiden tahojen kanssa

Alueorganisaatiot

- tiedon käyttäjä
- tiedon tuottaja
- tiedon kokoaja
- tiedon jakaja
- rahoittaja?
- matkailutiedon viestintä
- tiedon hyödyntämisen sparraus
- benchmarking-tiedon kokoaminen
- edunvalvonta
- tiedolla johtamisen edistäminen

Maakunnan liitot

- tiedon käyttäjä
- rahoittaja?
- viestintä
- matkailuneuvonnassa kontaktipinta tiedonkeruuseen
- kaupunki-/kuntakehitys
- kaavoitus

**Tutkimus- ja kehitys-
organisaatiot, Tilastokeskus**

- tiedon käyttäjä
- tiedon tuottaja
- tiedon jatkojalostaja
- kansallisen alustan ylläpitäjä?

Yritykset ja toimijat

- tiedontuottaja
- tiedonkäyttäjä

Toimintamallissa ratkaistavia tekijöitä

- vastuut ja roolit
- tutkimuksen rahoitus
- tutkimuksen läpinäkyvyys ja objektiivisuus
- tutkimuksen jatkuvuus
- tiedon avoimuus
- tietojen vertailtavuus
- tietoalusta, omistajuus, ylläpito
- ohjausryhmä

Jatkoselvitystarpeet työn tulosten pohjalta

- tiedolla johtamisen kehittäminen ja kansallisen tason toimintamallin rakentaminen, matkailun tiedolla johtamisen kansallisen toimintamallin laatiminen
- Suomen matkailun datastandardien luominen
- kansallisen tietomallin selvittäminen
- rahoitusmallin selvittäminen
- kotimaisten matkailijoiden, erit. kotimaamatkailijoiden, tietojen yhdistäminen ulkomaisia matkailijoita koskevan tiedon kanssa
- datan omistuksen määrittäminen
- mukaan otettavien muiden toimialojen selvittäminen

Liitteet

Liite 1. Haastatteluiden, ryhmäkeskustelun ja työpajojen osallistujat

Yksilö- ja ryhmähaastatteluiden osallistujat

- Finavia
- Helsingin kaupunki ja Helsinki Marketing
- Helsingin Satama
- Lapin liitto
- Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry
- Oulun yliopisto
- Salmi Platform Oy
- TAK Oy
- Tallink-Silja Oy
- Tilastokeskus
- Suomen matkailututkimuksen seura
- Visit Finland
- Visit Rovaniemi
- Visit Tampere
- Visit Turku

Benchmarking-haastatteluiden osallistujat

- Göteborg & Co, Ruotsi
- Icelandic Tourist Board, Islanti
- Innovasjon Norge, Norja
- Tillväxtverket, Ruotsi
- Visit Britain, Iso-Britannia
- Visit Denmark, Tanska
- Wonderful Copenhagen, Tanska

Ryhmäkeskustelun osallistajat

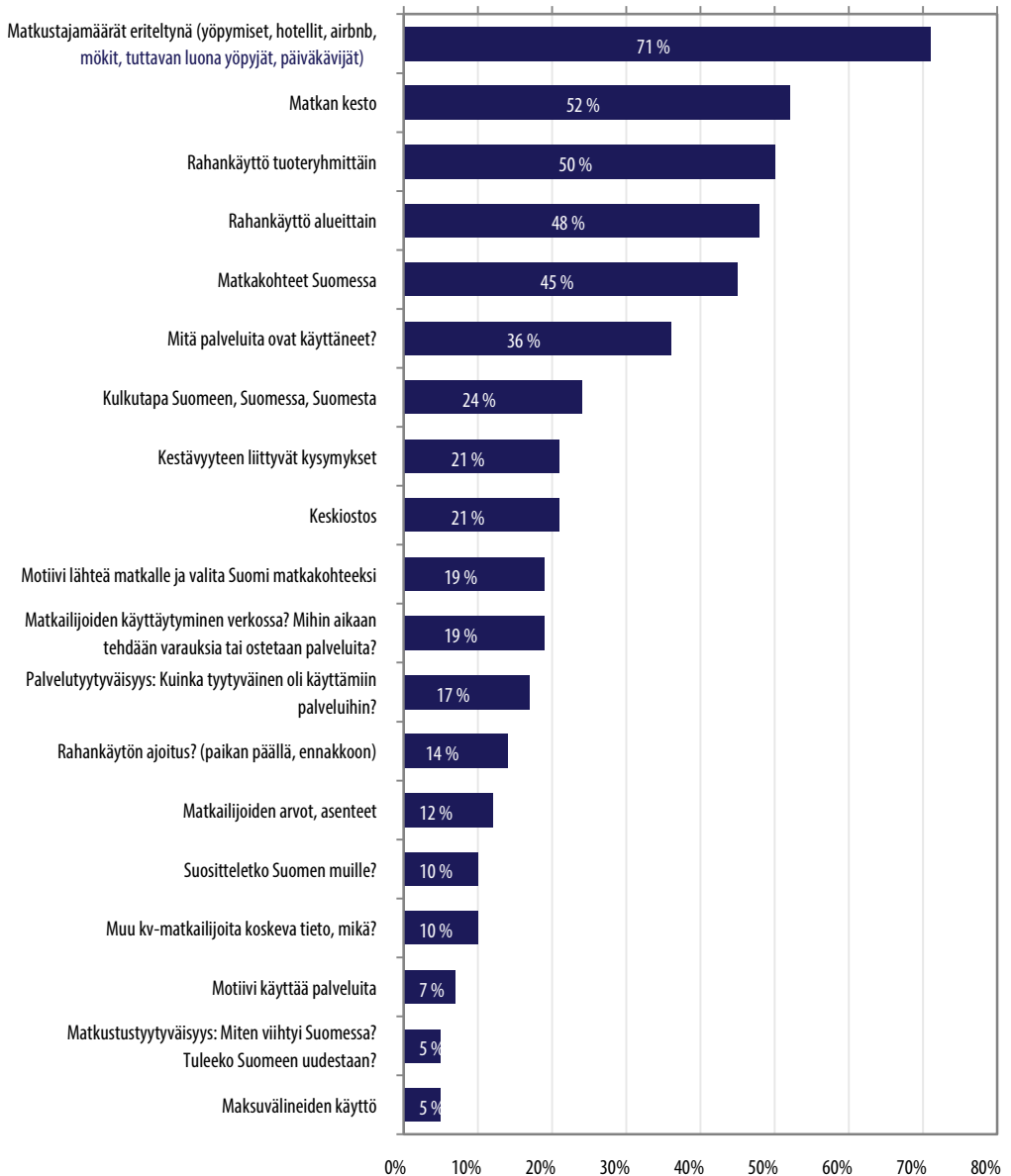
- Benchmarking Alliance
- Salmi Platform Oy
- TAK Oy
- Telia Crowd Insights
- Tilastokeskus

Työpajojen osallistajat

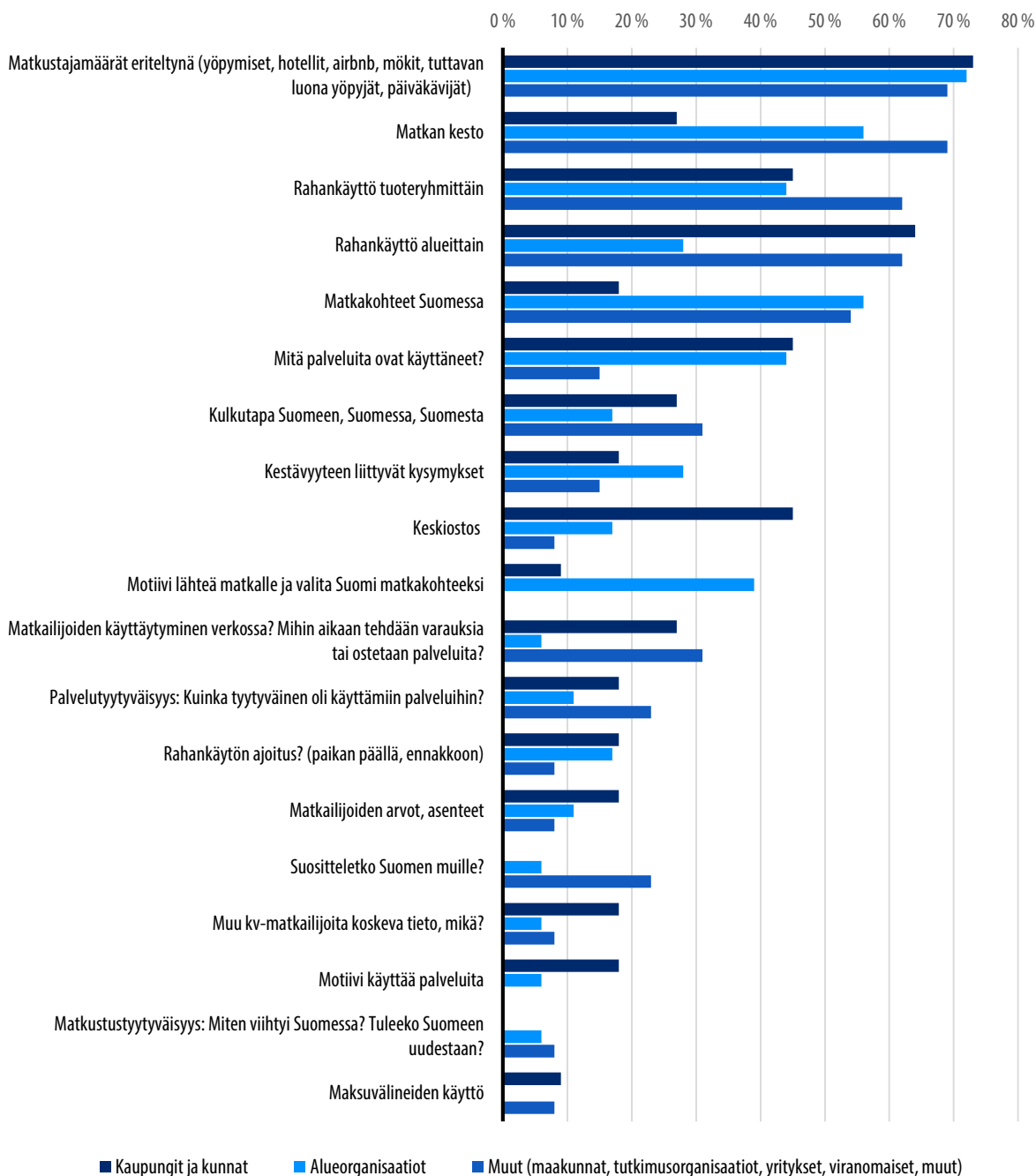
- Benchmarking Alliance
- Finavia
- Helsingin kaupunki
- Helsinki Marketing
- Helsingin Satama
- KnowUr.Biz
- Lapin liitto
- Lapin yliopisto
- Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry
- Salmi Platform Oy
- TAK Oy
- Telia
- Tilastokeskus
- Turun kaupunki
- Visit Finland
- Visit Rovaniemi
- Visit Tampere

Liite 2. Minikyselyn tulokset

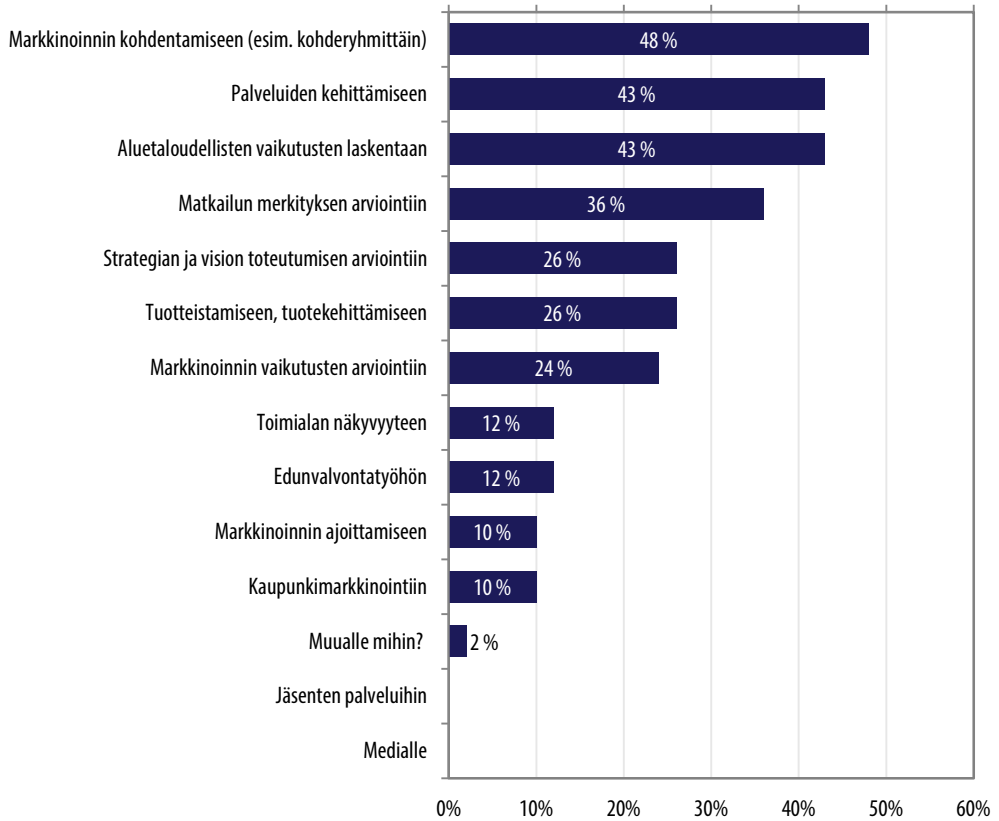
Mitä matkailijoiden rahankäyttöön liittyvää tietoa tarvitsette kaikkein eniten?



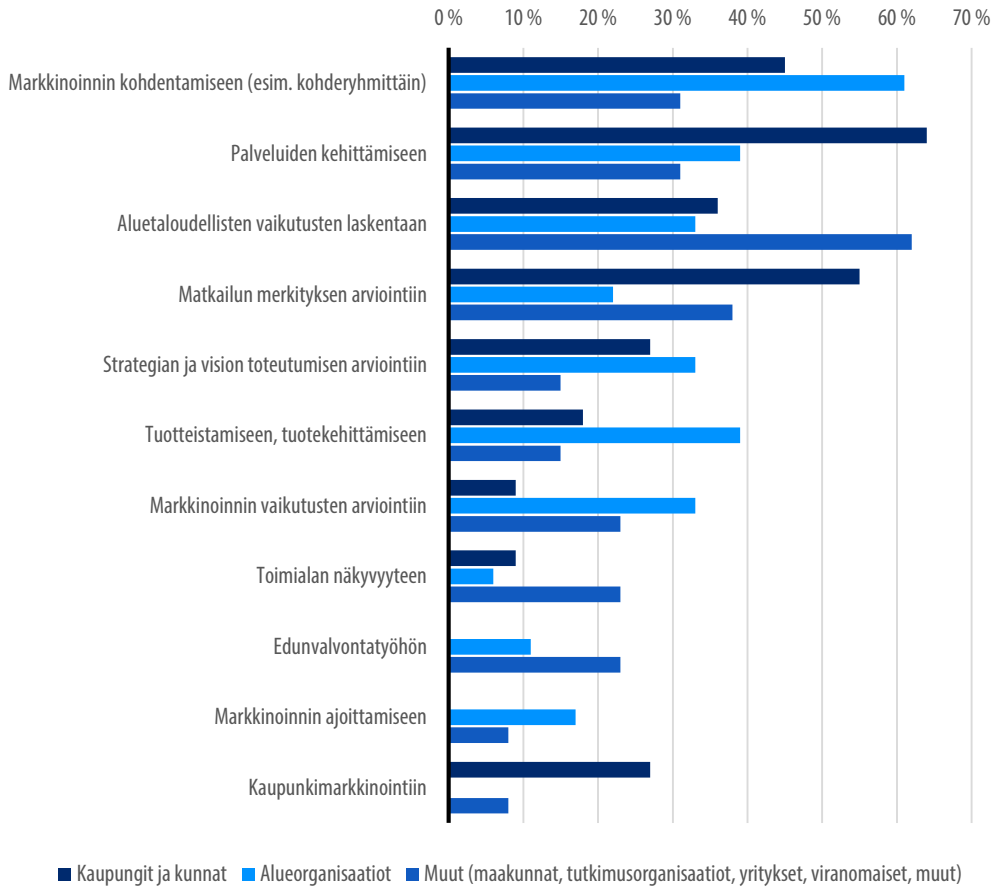
Mitä matkailijoiden rahankäyttöön liittyvää tietoa tarvitsette kaikkein eniten? Toimijoittain tarkasteluna



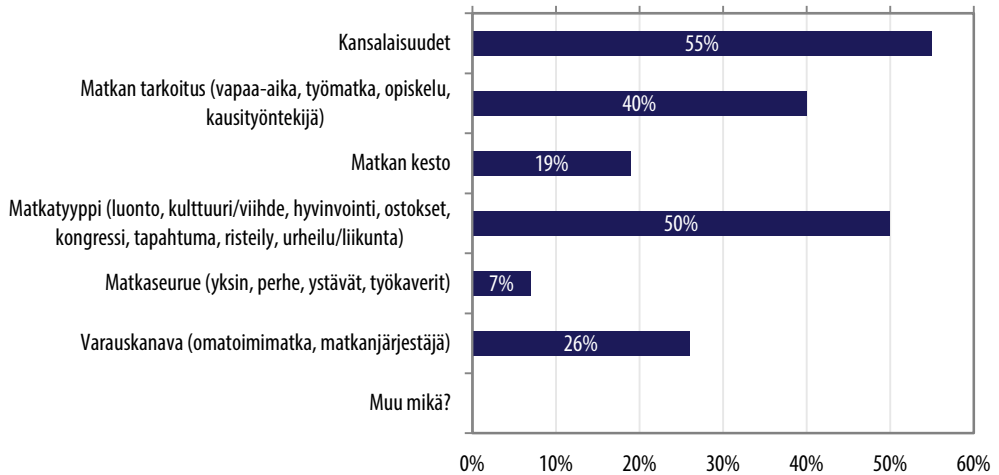
Mihin tarvitsette tietoa kaikkein eniten?



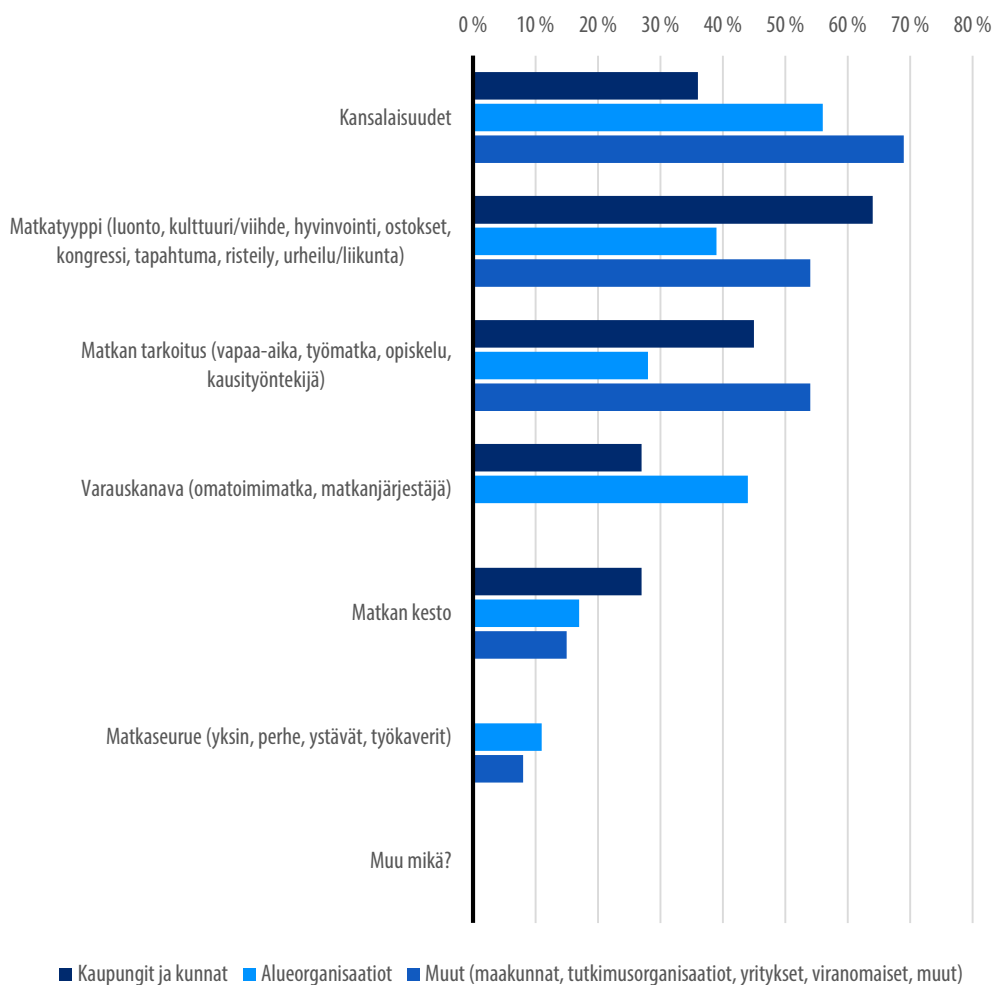
Mihin tarvitsette tietoa kaikkein eniten? Toimijoittain tarkasteltuna



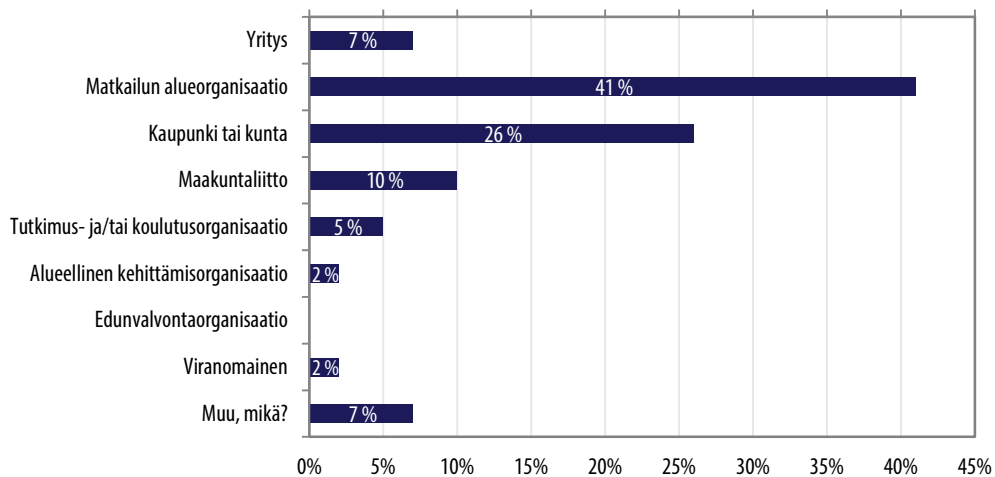
Mitä profiilitietoa tarvitsette kaikkein eniten?



Mitä profiilitietoa tarvitsette kaikkein eniten? Toimijoittain tarkasteluna



Millaista organisaatiota edustat?



Liite 3. Minikyselyn saate ja kysymykset

Ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttöön liittyvät tietotarpeet

Tämä kysely on osa **työ- ja elinkeinoministeriön rahoittamaa selvitystä ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttöä ja matkustuskäyttäytymistä tarkastelevasta tutkimusasetelmasta.**

Työn tavoitteena on selvittää:

1. Millaista tietoa ulkomaisten matkailijoiden rahankäytöstä tarvitaan?
2. Kuinka tiedonkeruu ja analysointi matkailijoiden rahankäytöstä ja käyttäytymisestä
 - a) voidaan tehdä (vaihtoehtojen kartoitus) ja
 - b) kannattaa toteuttaa (suositukset)?

Tämän kyselyn tavoitteena on saada tietoa siitä, mitkä ovat tärkeimmät ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttöön liittyvät tietotarpeet eri organisaatioilla ja tahoilla ja mihin tietoa hyödynnetään.

Kyselyn sisältö on muodostettu Tietotarpeet -työpajatyöskentelyn pohjalta.

Kyselyyn vastaaminen kestää noin 5 minuuttia.

Viimeinen vastauspäivä on 30.9.2020.

Suuri kiitos kyselyyn vastaamisesta!

Kyselyn toteuttaa työ- ja elinkeinoministeriön toimeksiannosta WSP Finland Oy (yhteyshenkilö Susanna Harvio, susanna.harvio@wsp.com). Työ valmistuu lokakuun 2020 loppuun mennessä. Kyselyyn vastataan anonyymisti. Tietosuojakäytäntömme (<https://www.wsp.com/fi-FI/legal/tietosuojakaytanto>) sisältää tietoa siitä, millaisia henkilötietoja WSP kerää sekä miten niitä käytetään ja suojataan.

Mitä matkailijoiden rahankäyttöön liittyvää tietoa tarvitsette kaikkein eniten?

Valitkaa korkeintaan 5

- ☐ Matkustajamäärät eriteltynä (yöpymiset, hotellit, airbnb, mökit, tuttavien luona yöpyjät, päiväkävijät, risteilymatkustajat)
- ☐ Matkan kesto
- ☐ Kulutapa Suomeen, Suomessa, Suomesta
- ☐ Matkakohteet Suomessa
- ☐ Rahankäyttö tuoteryhmittäin
- ☐ Keskiostos
- ☐ Rahankäyttö alueittain, mikä aluejako?
- ☐ Rahankäytön ajoitus? (paikan päällä, ennakoon)
- ☐ Maksuvälineiden käyttö: Mitä maksuvälineitä on käyttänyt ja mitä välineitä haluaisi käyttää?
- ☐ Matkustustyytyväisyys: Miten viihtyi Suomessa? Tuleeko Suomeen uudestaan?
- ☐ Palvelutyytyväisyys: Kuinka tyytyväinen oli käyttämiin palveluihin? Löysikö palvelut helposti?
- ☐ Suositteletko Suomen muille?
- ☐ Mitä palveluita ovat käyttäneet?
- ☐ Matkailijoiden käyttäytyminen verkossa? Mihin aikaan tehdään varauksia tai ostetaan palveluita?
- ☐ Motiivi lähteä matkalle ja valita Suomi matkakohteeksi
- ☐ Motiivi käyttää palveluita
- ☐ Matkailijoiden arvot, asenteet
- ☐ Kestävyyteen liittyvät kysymykset: Onko kestävyydellä merkitystä? Onko valmiimpi maksamaan kestävästä tuotteista? Onko kompensoinut matkaa?
- ☐ Muu kv-matkailijoita koskeva tieto, mikä?

Mihin tarvitsette tietoa kaikkein eniten?

Valitkaa korkeintaan 3

- ☐ Markkinoinnin kohdentamiseen (esim. kohderyhmittäin)
- ☐ Markkinoinnin ajoittamiseen
- ☐ Kaupunkimarkkinointiin
- ☐ Markkinoinnin vaikutusten arviointiin
- ☐ Strategian ja vision toteutumisen arviointiin
- ☐ Toimialan näkyvyyteen
- ☐ Palveluiden kehittämiseen
- ☐ Tuotteistamiseen, tuotekehittämiseen
- ☐ Matkailun merkityksen arviointiin
- ☐ Aluetaloudellisten vaikutusten laskentaan
- ☐ Edunvalvontatyöhön
- ☐ Jäsenten palveluihin
- ☐ Medialle
- ☐ Muualle mihin?

Mitä profiilitietoa tarvitsette kaikkein eniten?

Valitkaa 2

- ☐ Kansalaisuudet
- ☐ Matkan tarkoitus (vapaa-aika, työmatka, opiskelu, kausityöntekijä)
- ☐ Matkan kesto
- ☐ Matkatyyppi (luonto, kulttuuri/viihde, hyvinvointi, ostokset, kongressi, tapahtuma, risteily, urheilu/liikunta)
- ☐ Matkaseurue (yksin, perhe, ystävät, työkaverit)
- ☐ Varauskanava (omatoimimatkä, matkanjärjestäjä)
- ☐ Muu mikä?

Millaista organisaatiota edustat?

- ☐ Yritys
- ☐ Matkailun alueorganisaatio
- ☐ Kaupunki tai kunta
- ☐ Maakuntaliitto
- ☐ Tutkimus- ja/tai koulutusorganisaatio
- ☐ Alueellinen kehittämisorganisaatio
- ☐ Edunvalvontaorganisaatio
- ☐ Viranomainen
- ☐ Muu, mikä?

Maakuntasi

Pudotusvalikossa: Suomen maakunnat

LÄHTEET

- International Visitor Survey methodology. Ministry of Business, Innovation & Employment.
 Saatavissa: <https://www.mbie.govt.nz/immigration-and-tourism/tourism-research-and-data/tourism-data-releases/international-visitor-survey-ivs/international-visitor-survey-methodology/>
- Key Figures for Norwegian, Travel and Tourism, 2019. Innovasjon Norge.
- Reiselivsåret 2019, Turistundersøkelsen - Årsrapport – 2019, Innovasjon Norge.
- The International Visitor Survey (IVS). Stats NZ. Saatavissa: http://nzdotstat.stats.govt.nz/wbos/Index.aspx?DataSetCode=TABLECODE7571&_ga=2.205622032.244947636.1602657329-803171967.1602657329
- The Monthly Regional Tourism Estimates (MTREs). Ministry of Business, Innovation & Employment.
 Saatavissa: <https://www.mbie.govt.nz/immigration-and-tourism/tourism-research-and-data/tourism-data-releases/monthly-regional-tourism-estimates/>
- The Tourism Information and Data Hui. Ministry of Business, Innovation & Employment.
 Saatavissa: <https://www.mbie.govt.nz/immigration-and-tourism/tourism-research-and-data/the-tourism-information-and-data-hui/>
- Tilasto: Rajahaastattelututkimus [verkkojulkaisu]. ISSN=1798-9795. 2012, Laatuseloste: Rajahaastattelututkimus. Helsinki: Tilastokeskus.
 Saatavissa: http://www.stat.fi/til/raja/2012/raja_2012_2013-05-30_laa_001_fi.html
- Travellers from Nordic Countries in Iceland, Demography, Travel behavior and Visitors opinion 2018. Icelandic Tourist Board.
- Visit Finland matkailijatutkimus 2018. Business Finland, Visit Finland. Helsinki 2019. Saatavissa: <https://www.businessfinland.fi/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/travel/studies/visit-finland-matkailijatutkimus-2018.pdf>

Selvitys ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttöä ja matkustuskäyttäytymistä tarkastelevasta tutkimusasetelmasta

Suomessa on seurattu ulkomaisten matkailijoiden rahankäytön ja matkustuskäyttäytymisen kehitystä erilaisten tutkimusten avulla parin vuoden katkosta lukuun ottamatta vuodesta 1998 alkaen. Tutkimuksissa on selvitetty ulkomaisten matkailijoiden matkustuskäyttäytymistä Suomessa, ja miten paljon ulkomaiset matkailijat käyttävät rahaa Suomen vierailunsa aikana. Luotettava ja ajantasainen tieto matkailijoiden rahankäytöstä ja matkustuskäyttäytymisestä luo pohjan poliittiselle ja matkailualan päätöksenteolle. WSP Finland Oy:n toteuttamassa raportissa kuvataan, miten tutkimusasetelmaa tulisi jatkossa kehittää.

Työtä varten selvitettiin ja analysoitiin rahankäytön ja matkustuskäyttäytymisen seurantaan liittyviä tietotarpeita, tiedonkeruun ja analysoinnin tapoja sekä kartoitettiin ja vertailtiin olemassa olevia malleja ulkomaisten matkailijoiden rahankäytön ja matkustuskäyttäytymisen seuraamiseksi. Tuloksena ehdotetaan hybridimallia ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttöä ja matkustuskäyttäytymistä koskevan tiedon keruuseen sekä yhteistä avointa tietoaalustaa tietojen julkaisuun.

Verkkojulkaisu
ISSN 1797-3562
ISBN 978-952-327-709-0

Sähköinen versio: julkaisut.valtioneuvosto.fi
Julkaisumyynti: vnjulkaisumyynti.fi